اثری دیگر از نویسنده کتاب پدر پولدار، پدر فقیر

تجارت قرن بیست و یکم

رابرت تی کیوساکی

با همکاری جان فلمینگ و کیم کیوساکی

محسن جواهری

ذهن آویز

تجارت قرن بیست و یکم

رابرت تی کیوساکی

باهمکاری

جان فلمینگ و کیم کیوساکی

محسن جواهری

نشر ذهن‌آویز

تهران: ۱۳۹۳

سرشناسه:	کیوساکی رابرت تی. ۱۹۴۷ ـ م. Kiyosaki, Robert T.
عنوان و نام پدیدآور:	تجارت قرن بیست و یکم / رابرت تی کیوساکی، جان فلمینگ، کیم کیوساکی؛ ترجمهٔ محسن جواهری.
مشخصات نشر:	تهران: ذهن‌آویز، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری:	۲۱۶ ص.
شابک:	978-600-118-048-4
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیپا
موضوع:	موفقیت در کسب و کار
موضوع:	بازرگانی الکترونیکی
شناسه افزوده:	فلمینگ، جان ـ .Fleming, John F
شناسه افزوده:	کیوساکی، کیم ـ Kiyosaki, Kim
شناسه افزوده:	جواهری، محسن، مترجم
رده‌بندی کنگره:	۱۳۸۹ ۳ ت ۹۲۵ ک / HF ۵۳۸۶
رده‌بندی دیویی:	۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی:	۲۱۱۳۷۳۸

این کتاب ترجمه‌ای است از:

The Business of the 21st Century

by:

Robert T. Kiyosaki

with John Fleming and Kim Kiyosaki

Published by Dream Builders, in USA 2010

ویراستار: شهلا ارژنگ

آماده‌سازی و اجرا: پژمان آرایش

طرح جلد: سعید زاشکانی

مدیر تولید: عماد درنایی

چاپ چهارم: ۱۳۹۳

شمارنسخه‌های این چاپ: ۲۰۰۰

چاپ و صحافی: پیکان

مرکز پخش: مؤسسهٔ گسترش فرهنگ و مطالعات

تلفن و دورنگار: ۷۷۳۵۴۱۰۵ ـ ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

آدرس اینترنتی: www.gbook.ir

قیمت: ۸۵۰۰ تومان

سرشناسه:	کیوساکی رابرت تی. ۱۹۴۷ - م. Kiyosaki, Robert T.
عنوان و نام پدیدآور:	تجارت قرن بیست و یکم / رابرت تی کیوساکی، جان فلمینگ، کیم کیوساکی؛ ترجمهٔ محسن جواهری.
مشخصات نشر:	تهران: ذهن‌آویز، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری:	۲۱۶ ص.
شابک:	978-600-118-048-4
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیپا
موضوع:	موفقیت در کسب و کار
موضوع:	بازرگانی الکترونیکی
شناسه افزوده:	فلمینگ، جان - Fleming, John F.
شناسه افزوده:	کیوساکی، کیم - Kiyosaki, Kim
شناسه افزوده:	جواهری، محسن، مترجم
رده‌بندی کنگره:	۱۳۸۹ ۳ ت ۹۲۵ ک / HF ۵۳۸۶
رده‌بندی دیویی:	۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی:	۲۱۱۳۷۳۸

این کتاب ترجمه‌ای است از:

The Business of the 21st Century

by:

Robert T. Kiyosaki

with John Fleming and Kim Kiyosaki

Published by Dream Builders, in USA 2010

ویراستار: شهلا ارژنگ

آماده‌سازی و اجرا: پژمان آرایش

طرح جلد: سعید زاشکانی

مدیر تولید: عماد درنایی

چاپ چهارم: ۱۳۹۳

شمارنسخه‌های این چاپ: ۲۰۰۰

چاپ و صحافی: پیکان

مرکز پخش: مؤسسهٔ گسترش فرهنگ و مطالعات

تلفن و دورنگار: ۷۷۳۵۴۱۰۵ ـ ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

آدرس اینترنتی: www.gbook.ir

قیمت: ۸۵۰۰ تومان

اهدا

کتاب تجارت قرن بیست و یکم را هدیه می‌کنم به میلیونها نفر که در چهارراه زندگی با بحران اقتصادی کنونی دست و پنجه نرم می‌کنند و با احساس ناامیدی به تأمین اقتصادی آینده خود می‌نگرند. اما بدانید که برخلاف آنچه به نظر می‌رسد، بهترین زمان کنترل آینده شما همین دوران است. عمری را صرف آموزش مردم کردم تا از نظر اقتصادی بی‌نیاز شوند. می‌دانم که این کتاب نیز مانند سایر کتابهایم از سری کتابهای پدر پولدار، برای تولید و حفظ سرمایه بینش لازم را به وجود می‌آورد. وقتی که اساس طرز کار پول و فرصتهای تجاری قرن بیست و یکم را بدانید، قادر به ساختن زندگی مورد علاقه‌تان خواهید شد.

فهرست

قسمت اول

قسمت دوم

قسمت سوم

قدردانی

از همسرم کیم برای محبت و حمایت همیشگی او تشکر می‌کنم و از خانواده پدر پولدار سپاسگزارم که به من کمک کردند تا پیام آموزش اقتصاد را به میلیونها نفر در سراسر جهان برسانم.

همچنین از جان فلمینگ تشکر می‌کنم که دانش فوق‌العاده‌اش در زمینه بازاریابی شبکه‌ای را در اختیار ما قرار داده است. از استوارت جانسون، رید بیلبری و کارکنان شرکت ویدیوپلاس به خاطر کمکهایی که جهت انتشار این کتاب داشتند قدردانی می‌کنم.

در نهایت از جان دیوید مان و جی ام امرت به خاطر خلاقیت و علاقه‌شان به این پروژه تشکر می‌کنم.

مقدمه

اقتصاد به‌هم ریخته، شغل شما با مشکل روبه‌رو شده، شاید هم بیکار شده اید. سالها پیش به این بحران اشاره کردم. اما باید چنین بحرانی رخ می‌داد تا به گوش همه برسد. این کتاب درباره علل و چگونگی خراب شدن اوضاع اقتصادی نیست. بلکه روش‌های تبدیل خبرهای بد به خبرهای خیلی خوب را یاد می دهد.

تجارت را از دو نفر یاد گرفتم. یکی پدرم که فردی تحصیلکرده و کارمند عالی‌رتبه بود و دیگری دوست اوکه تاکلاس هشتم درس خوانده و میلیونری خودساخته بود. پدرم در طول عمرش مشکلات مالی بسیار داشت و وقتی که فوت کرد، مال اندکی از خود بر جای گذاشت. اما بهترین دوست پدرم، یکی از ثروتمندترین افراد هاوایی شد.

این دو در زندگی من "پدر فقیر" و "پدر پولدار" بودند. به پدرم علاقه فراوان داشتم و او را بسیار تحسین می‌کنم. و با خود عهد بستم تا در حد توانم به تمامی افرادی که شکستهای مالی و دشواریهای زندگی او

را داشتند کمک کنم.

پس از این که روی پای خود ایستادم، تجربه‌های زیادی کسب کردم. در ویتنام خلبان چرخ‌بال تفنگداران دریایی آمریکا بودم. در شرکت زیراکس به عنوان فروشنده ساده آغاز به کار کردم و پس از چهار سال در حالی که بهترین فروشنده آنها بودم، زیراکس را ترک کردم. از آن به بعد چندین شرکت چند میلیون دلاری تجارت بین‌الملل را توسعه دادم و در سن ۴۷ سالگی بازنشسته شدم تا کار مورد علاقه‌ام را آغاز کنم. این کار تدریس نحوه تولید ثروت و رسیدن به آرزوهای افرادی بود که دوست نداشتند متوسط باشند و با ترشرویی کناره‌گیری کنند.

در ۱۹۹۷ با چاپ کتابی کوچک تجربه‌هایم را منتشر کردم. حتماً عده‌ای را تحت تاثیر قرار داده‌ام زیرا کتاب پدر پولدار، پدر فقیر در فهرست پرفروش‌ترین کتابهای نیویورک تایمز قرارگرفت و بیش از چهار سال در این فهرست بود. این کتاب پرفروش‌ترین کتاب تجارت در تاریخ شناخته شده است.

از آن پس یک سری کتاب به نام پدر پولدار به رشته تحریر درآوردم. با این که این کتابها موضوعات جداگانه دارند، اما همه پیام کتاب اول را می‌رسانند. این پیام در همین کتاب هم دیده می‌شود:

> مسئولیت مسائل مالی خود را به عهده بگیرید وگرنه باید تا آخر عمر به دستور گرفتن از دیگران عادت کنید. انتخاب با شما است. یا ارباب پول شوید و یا بنده آن.

باید بگویم بسیار خوشبخت بودم که تجربه‌ها و مربیان من راه

به‌دست آوردن ثروت واقعی را به من آموختند و در نتیجه برای همیشه از کارکردن بازنشسته شدم. قبلاً برای ساختن آینده خانواده‌ام تلاش می‌کردم. بعد از بازنشستگی برای ساختن آینده شماها کار کرده‌ام.

ظرف ده سال گذشته زندگی‌ام را وقف یافتن مؤثرترین و عملی‌ترین راه برای آموزش نحوه تولید ثروت واقعی به دیگران کرده‌ام. از طریق کتابهای پدر پولدار، به کمک همکارانم در مورد انواع شرکتها و سرمایه‌گذاریها مطلب منتشر کردیم. اما پس از تحقیقات گسترده به این نتیجه رسیدم که تنها یک تجارت است که برای در اختیارگرفتن امور مالی آینده و سرنوشت افراد بیشترین احتمال موفقیت را دارد.

مسئله مهم دیگر این است که وقتی درباره ثروت واقعی صحبت می‌کنم، منظورم تنها پول نیست. پول قسمتی از آن است. به‌دست آوردن ثروت واقعی به نوع کالا و سازنده آن نیز همزمان مربوط است.

در این کتاب دلیل نیاز به ایجاد تجارت شخصی و نوع آن را توضیح می‌دهم. اما این تنها به منزله تغییر تجارت شما نیست، بلکه خود شما هم باید تغییر کنید. در اینجا راه پیدا کردن تجارت مناسب شما را نیز نشان‌تان می‌دهم. اما برای رشد تجارت‌تان، خود شما هم باید رشد کنید.

به تجارت قرن بیست و یکم خوش آمدید.

قسمت اول

اختیار آینده خود را به‌دست بگیرید

دلیل نیاز به داشتن تجارت شخصی

فصل اول

قوانین تغییر کرده‌اند

در دوران دشواری زندگی می‌کنیم. چند سال گذشته عناوین خبری، اتاقهای کنفرانس مدیران و منازل سراسر آمریکا پر از ترس و نگرانی مداوم بوده است. جهانی‌سازی، استفاده از منابع خارج سازمانی، کوچکتر کردن شرکتها، حراج خانه‌هایی که به بانکها بدهی دارند، وامهای مسکن به افراد فاقد شرایط، مشکلات اعتباری، شیادی، سقوط وال استریت، رکود اقتصادی و ...یکی بعد از دیگری به خبرهای بد اقتصادی اضافه می‌کنند.

ظرف چند ماه اول سال ۲۰۰۹ تعداد افرادی که توسط شرکتهای آمریکایی از کار بیکار شده‌اند به ۲۵۰ هزار نفر در ماه رسید. اواخر سال ۲۰۰۹ که مشغول نوشتن این کتاب بودم، بیکاری در آمریکا به ده و دو دهم درصد رسیده بود و هنوز هم رو به افزایش است. کم‌اشتغالی (بیکار نیستید اما ساعات کاری و حقوق شما به شدت کاهش دارد) از این هم بیشتر است. کاهش گسترده در اشتغال‌زایی مانند یک بیماری همه‌گیر

شده که عده معدودی از آن مصون هستند. از رؤسا و مدیران متوسط تا کارمندان و کارگران، از بانکداران تا فروشنده‌ها، همه در معرض خطر هستند. حتی در حرفه بهداشت و درمان هم که تا همین اواخر منطقه امن کاری محسوب می‌شد، کاهش تعداد کارکنان به‌صورت عمده دیده می‌شود.

در یکی از نظرسنجیهایی که در روزنامه یو اس ای تودی در سال ۲۰۰۹ انجام شده، ٦۰ درصد آمریکاییهای شرکت‌کننده بر این عقیده بودند که شرایط اقتصادی کنونی بزرگ‌ترین بحران زندگی آنها به شمار می‌رود.

در پاییز سال ۲۰۰۸ بسیاری از اوراق بهادار بازنشستگان نیمی یا حتی بیشتر ارزش خود را از دست داد. معاملات املاک سقوط کرد. آنچه به نظر مردم دارایی محکم و قابل اعتماد بود، به استحکام بخار آب شد. امنیت شغلی از بین رفت و به گذشته سپرده شد. در یکی از نظرسنجیهایی که در روزنامه یواس ای تودی در سال ۲۰۰۹ انجام شده، ۶۰ درصد آمریکاییهای شرکت‌کننده بر این عقیده بودند که شرایط اقتصادی کنونی بزرگ‌ترین بحران زندگی آنها به شمار می‌رود.

البته شما همهٔ این مسائل را می‌دانید. اما شاید ندانید که اینها مطالب جدیدی نیستند. شاید هم تنها یک بحران اقتصادی بزرگ می‌توانست بسیاری را از خطری که زندگی آنها را تهدید می‌کرد، آگاه کند. درآمد شما ظرف یک شب در معرض خطر قرار نگرفته، بلکه همیشه در معرض خطر بوده است.

اکثر مردم آمریکا سالهاست که بین قابلیت پرداخت بدهی یا

ورشکستگی روی لبهٔ تیز قرار گرفته‌اند و هر ماه منتظر حقوق خود برای پرداخت هزینه‌ها هستند. بویژه آنکه پس‌انداز آنها یا بسیار اندک است یا هیچ پس‌اندازی ندارند. حقوق ماهانه یعنی "داد و ستد وقت در برابر پول"، در زمان رکود اقتصادی کم‌اعتبارترین منبع درآمد به شمار می‌رود. دلیل آن کاهش اشتغال‌زایی در شرایط رکود اقتصادی است که منجر به کاهش حقوق قابل پرداخت برای وقت شما می‌شود.

من که بهت گفتم

با این که نمی‌خواهم بگویم من که بهت گفتم، اما... من که بهت گفتم.

سالها است که گفته‌ام چیزی به نام شغل ثابت و امن وجود ندارد. بخش خصوصی دایناسور قرن بیستم است که در آستانه انقراض قرار گرفته و تنها راه برای امنیت واقعی آینده،گرفتن اختیار آینده در دستهای خود شما است.

در کتاب مدرسه تجارت برای افرادی که می‌خواهند به مردم کمک کنند در سال ۲۰۰۱ نوشتم:

> به نظر من آمریکا و بسیاری از کشورهای غربی باید منتظر یک بحران شدید اقتصادی باشند که نتیجهٔ نداشتن نظام آموزش واقعی برای آموزش مسائل اقتصادی به دانش‌آموزان است.

همان سال در مصاحبه‌ای با نایتینگیل کونانت گفتم:

اگر فکر می‌کنید که صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک کار شما را انجام می‌دهند و اگر می‌خواهید زندگی خود را بر فراز و نشیب بازار سهام بنا کنید، در واقع با بازنشستگی خود بازی می‌کنید. اگر بازار سهام یکباره بالا برود و بعد مانند ۸۵ سال قبل ناگهان سقوط کند، چه می‌کنید؟ کاری از دست شما ساخته نیست. منظورم این نیست که صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک خوب نیستند. اما به نظر من این شرکتها امنیت ندارند و هوشمندانه عمل نمی‌کنند. به همین دلیل است که آینده اقتصادی خود را به‌دست آنها نمی‌دهم.

هرگز در تاریخ جهان سابقه نداشته که این همه مردم بازنشستگی خود را در دست بازار سهام بگذارند. این دیوانگی است. آیا فکر می‌کنید که سازمان تامین اجتماعی از شما نگهداری خواهد کرد؟ اگر در چنین فکری هستید، پس باید به خرگوش[1] عید پاک اعتقاد داشته باشید."

در مصاحبه‌ای در مارس ۲۰۰۵ گفتم:

بزرگ‌ترین قدرت اوراق بهادار قابلیت تبدیل آن به پول است. اما این بزرگ‌ترین ضعف آن هم می‌باشد. همهٔ ما می‌دانیم که بحران شدید بازار سهام در پیش است و زندگی بسیاری از بین می‌رود. چرا اینگونه عمل می‌کنیم؟

---

۱. به نشانهٔ فراوانی و زاد و ولد است. ــ ویراستار.

خوب چه شد؟ بحران شدید دیگری رخ داد و بسیاری سرمایه خود را از دست دادند. چرا؟ عادتها و طرز فکر نابجا ما را گرفتار کرد.

در سال ۱۹۷۱ اقتصاد آمریکا بدون تایید کنگره، از استاندارد طلایی خود خارج شد. چرا؟ علت آن چاپ اسکناس بدون پشتوانه بود.

روی برگرداندن از واقعیت درها را به روی بزرگ‌ترین رشد اقتصادی در تاریخ باز کرد. ظرف سی و پنج سال بعد از آن، طبقهٔ متوسط آمریکا رشد انفجاری داشت. با سقوط ارزش دلار، ارزش ملک و سایر داراییها دستخوش تورم شد و مردم عادی میلیونر شدند. ناگهان همه و در همه‌جا اعتبار مالی پیدا کردند و کارتهای اعتباری مانند مور و ملخ سبز شدند. برای پرداخت وامهای اعتباری مردم آمریکا از خانه‌های خود استفاده کردند و تا می‌توانستند، وام پشت وام گرفتند.

آخر ارزش ملک همیشه بالا می‌رود، مگر نه؟

خیر، این طور نیست. تا سال ۲۰۰۷ تا جایی که امکان داشت در بادکنک ارزش ملک هوای گرم وارد کردیم تا جایی که دوباره به زمین سقوط کرد. تنها شرکت لیمن برادرز و بیر استرنز سقوط نکردند، بلکه میلیونها نفر حقوق بازنشستگی، شغلهایشان و پس‌انداز ۴۰۱ [1] را از دست دادند.

تعداد افرادی که زیر خط فقر زندگی می‌کنند به شدت رو به افزایش است. تعداد افرادی هم که بعد از سن ۶۵ سالگی کار می‌کنند پیوسته بیشتر می‌شود.

در دههٔ پنجاه میلادی وقتی که شرکت جنرال موتور قوی‌ترین شرکت

---

۱. نوعی پس‌انداز برای بازنشستگی که تا زمانی که از آن برداشت نشود، مالیات به آن تعلق نمی‌گیرد. ـ م.

آمریکا بود، رسانه‌ها جمله‌ای را از رئیس این شرکت برداشته و آن را به شعاری تبدیل کردند که دهها سال بر سر زبانها بود: "اگر جنرال موتور برود، کشور هم می‌رود." اما این مطلب ممکن است خیلی هم خبر خوبی نباشد. سال ۲۰۰۹ وقتی جنرال موتور اعلام ورشکستگی کرد، ایالت کالیفرنیا هم هزینه‌هایش را با سفته پرداخت می‌کرد.

هم‌اکنون درصد آمریکاییهایی که صاحب‌خانه هستند رو به کاهش است. حراج خانه‌هایی که وام مسکن بدهکار هستند بالاترین رکورد تاریخ را دارند. تعداد خانواده‌های طبقه متوسط رو به کاهش است. حسابهای پس‌انداز کمتر شده یا از بین رفته و بدهی خانواده‌ها رو به افزایش است. تعداد افرادی که زیر خط فقر زندگی می‌کنند رو به افزایش است. تعداد افرادی که بعد از سن ۶۵سالگی کار می‌کنند بیشتر می‌شود. تعداد موارد اعلام ورشکستگی سر به فلک کشیده و بسیاری از مردم آمریکا از سرمایه‌ای که بتواند آنها را بازنشسته کند خیلی فاصله گرفته‌اند.

آیا این همه خبر منفی توجه شما را جلب کرد؟ حتما جلب می‌کند و شما هم تنها نیستید. آمریکاییها در هر جا که هستند، بالاخره متوجه شدند و وام روی وام‌گرفتن را کنار گذاشتند. عالی است! حال از خواب بیدار شده و می‌دانید که چه خبر است. اوضاع خوب نیست. بیایید عمیق‌تر فکر کنیم و راه حل پیدا کنیم.

قرن جدید فرارسیده است

وقتی بچه بودم، پدر و مادرم فرمول موفقیت را به من آموختند که شما هم احتمالا می‌دانید: مدرسه برو، سخت درس بخوان و نمرات خوب بگیر تا بتوانی شغلی مطمئن با حقوق و مزایای بالا داشته باشی شغلی که

نگهدار زندگی تو خواهد شد.

اما این طرز تفکر دوران انقلاب صنعتی است و ما دیگر در آن دوران زندگی نمی‌کنیم. شغل شما نمی‌تواند از شما نگهداری کند. دولت نمی‌تواند نگهدار شما باشد. هیچ کس نمی‌تواند از شما نگهداری کند. وارد قرنی جدید شده ایم و قوانین تغییر کرده‌اند.

پدر و مادرم به امنیت شغلی، حقوق بازنشستگی شرکتها، تامین اجتماعی و بیمه سالمندان اعتقاد داشتند. اما همهٔ این‌ها منسوخ شده‌اند و دیدگاههایی غیرمتداول و مربوط به سالهای گذشته به شمار می‌روند. امنیت شغلی امروزه یک شوخی است و تمام عمر برای یک شرکت کار کردن (بهترین نمونه آن درگذشته شرکت آی بی ام بود) مانند ماشین تایپ دستی منسوخ شده است.

بسیاری فکر می‌کردند که در آمد بازنشستگی ۴۰۱ در معرض خطر نخواهد بود. آخرپشتوانه آن سهام شرکتهای بزرگ و صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک بود. پس مثلاچه مشکلی می‌توانست اتفاق بیفتد! اما دیدیم که همه چیز با مشکل مواجه شد. اینها گاوهای مقدسی بودند که دیگر نمی‌توانند شیر بدهند و همه از رده خارج شده‌اند. حقوق بازنشستگی، امنیت شغلی و امنیت بازنشستگی همه طرز فکر دوران انقلاب صنعتی هستند. عصر فعلی عصر اطلاعات است و باید طرز فکر عصر اطلاعات را داشته باشیم.

خوشبختانه بسیاری گوش کردن و یادگیری را آغاز کرده‌اند. جای تاسف است که باید این همه رنج و سختی به وجود آید تا مردم درس بگیرند. اما حداقل آغاز تاثیر این درسها دیده می‌شوند. هر بار که بحرانی بزرگ مانند ترکیدن حباب شرکتهای دات کام، بحران اقتصادی بعد از ۱۱ سپتامبر، بحران

مالی سال ۲۰۰۸ و رکود اقتصادی ۲۰۰۹ رخ می‌دهند، عده بیشتری متوجه می‌شوند که امنیت شغلی گذشته دیگر وجود ندارد.

اسطوره شرکتهای خصوصی تمام شده است. اگر برای بالا رفتن از نردبان ترقی شرکتها سالها وقت صرف کرده‌اید، حالا می‌دانید که چه منظره‌هایی همیَشه جلوی شما است. شما همیشه پشت کسی را می‌بینید که جلوی شما ایستاده است. آینده شما همان است. اگر این را می‌خواهید، پس احتمالا این کتاب به‌درد شما نمی‌خورد. اما اگر از این که فرد دیگری همیشه جلوی شما است خسته شده‌اید، پس به خواندن این کتاب ادامه دهید.

دوباره گول نخورید

در حالی که این کتاب را می‌نویسم، بیکاری رو به افزایش است. وقتی که شما این کتاب را می‌خوانید خدا می‌داند چه خبر است. وضعیت ممکن است تغییر کرده باشد. اما گول نخورید. وقتی که اشتغال‌زایی و معاملات املاک بهتر شود و وامهای اعتباری آسان‌تر شوند که صد در صد می‌شوند، مراقب باشید تا حس امنیت کاذب که جهان را به آشفتگی کنونی کشاند، شما را گول نزند.

در تابستان ۲۰۰۸ بهای بنزین به بیش از چهار دلار به ازای هر گالن رسید. فروش خودروهای شاسی‌بلند به شدت کاهش داشت و ناگهان همه به دنبال خودروهای کوچک و هیبریدی افتادند. اما بعد چه شد! وقتی که در سال ۲۰۰۹ بهای بنزین کاهش پیدا کرد و به زیر دو دلار به ازای هر گالن رسید، مردم دوباره خودروهای شاسی‌بلند خریداری کردند.

چه شد؟ آیا واقعا فکر می‌کنید که بهای بنزین پایین خواهد ماند؟ آیا

بهای بنزین برای همیشه پایین می‌ماند و خریدن خودروهای بنزین‌خوار منطقی است؟ آیا می‌شود تا این حد کوته‌بین باشیم؟ (باید بگویم تا این حد احمق باشیم، اما می‌خواهم مهربان باشم.)

متاسفانه پاسخ مثبت است. یک بار دیگر گول خوردیم و اجازه می‌دهیم که باز هم گول بخوریم. همه در کودکی قصهٔ مورچه و ملخ را شنیده‌ایم، اما اکثرا مانند ملخ زندگی می‌کنیم.

نگذارید عناوین خبری شما راگول بزنند. همیشه صداهای احمقانه تلاش می‌کنند تا توجه شما را از کار اصلی که ساختن زندگی خودتان است، منحرف کنند. اینها تنها صدا است. ممکن است تروریسم، رکود اقتصادی یا رسوایی‌های انتخابات اخیر باشد، اما این‌ها با ساختن زندگی‌تان رابطه‌ای ندارند.

در زمان بحران اقتصادی بزرگ آمریکا افرادی بودند که پولدار شدند. هنگام رشد سریع اقتصادی مانند رشد سریع ملک در دهۀ هشتاد، میلیونها نفر نسبت به کنترل آینده خود بی‌توجهی کردند. ـ کسانی که یا ورشکسته شدند و یا به سختی به زندگی ادامه دادند و به مسائلی که در این کتاب برای شما عنوان می‌کنم توجه نکردند. بیشتر این افراد همین حالا هم یا ورشکسته‌اند یا به سختی به زندگی ادامه می‌دهند.

اقتصاد مسئله اصلی نیست. شما اصل هستید.

آیا از این که فساد در جهان شرکتها وجود دارد عصبانی هستید؟ آیا از وال استریت و بانکهای بزرگ که باعث این بحران شدند عصبانی هستید؟ آیا از دولت به این دلیل که به اندازه کافی برای جلوگیری از این بحران تلاش نکرد عصبانی هستید؟ آیا برای این که زودتر اختیار زندگی‌تان را به‌دست نگرفته‌اید از دست خود عصبانی هستید؟

زندگی سخت است، اما چه باید کرد؟ سوال اصلی این است. ناله کردن و غر زدن آینده شما را تامین نمی‌کند. سرزنش کردن وال استریت، بانکهای بزرگ، شرکتهای خصوصی و یا دولت کاری انجام نمی‌دهد.

اگر آینده‌ای ثابت و محکم می‌خواهید، باید خود آن را بسازید. تنها زمانی می‌توانید اختیار آینده خود را به‌دست بگیرید که اختیار منبع درآمد در دست شما باشد. باید تجارت خود را بسازید.

فصل دوم

روزنه امید

روز سیزده جولای ۲۰۰۹ مجلهٔ تایم در صفحه دو مطلبی به عنوان "ده سوال برای رابرت کیوساکی" منتشرکرد. یکی از این سوالها از من این بود: "آیا با وجود بحران اقتصادی کنونی تاسیس شرکت به صلاح است؟"

اولین چیزی که به فکرم رسید این بود: "شوخی می‌کنید؟" پاسخ من این بود:

> بهترین وقت همین حالا است. در شرایط بد، کارآفرینان واقعی رشد می‌کنند. کارآفرینان هرگز اهمیتی به خرابی بازار نمی‌دهند. آنها کالای بهتر و روند مؤثرتر به‌وجود می‌آورند. پس وقتی کسی می‌گوید: "در حال حاضر که فرصتی وجود ندارد." او بازنده است.

شما هم خبرهای بد اقتصادی را شنیده‌اید. آیا می‌خواهید خبرهای خوب را بشنوید؟ در واقع خبرهای بد خبرهای خوب هستند. همان پاسخی را که به مجلهٔ تایم دادم به شما می‌گویم: "زمان رکود اقتصادی بهترین زمان برای تاسیس شرکت خود است." وقتی که اقتصاد کند می‌شود، کارآفرینان مانند شومینه‌ای که با هیزم کار می‌کند، در شب سرد زمستان از خود حرارت ایجاد می‌کنند.

سؤال: وجه مشترک شرکتهای بزرگ مانند مایکروسافت و دیزنی، به غیر از این که تجارتهای موفق میلیارد دلاری هستند و در همهٔ خانه‌ها نفوذ کرده‌اند، چیست؟

جواب: هر دوی آنها در زمان رکود اقتصادی آغاز به کار کرده‌اند.

در واقع بیش از نیمی از شرکتهایی که سهام داو جونز را تشکیل می‌دهند در زمان رکود اقتصادی تاسیس شده‌اند.

چرا؟ ساده است. وقتی که معلوم نیست اقتصاد به چه سمتی می‌رود، افراد از خلاقیت خود استفاده می‌کنند. آنها از محدوده راحت خود خارج شده، برای این که به هدف برسند ابتکار عمل را به‌دست می‌گیرند. این روش عالی است و بهترین صفت کارآفرینان آمریکایی در گذشته است. وقتی که اوضاع سخت می‌شود، سخت‌کوشها به جلو می‌روند.

اول این که بازار در شرایط دشوار اقتصادی برای فرصتهای تازه جا باز می‌کند. پنج سال قبل وقتی که ارزش خانه‌ها به شدت افزایش می‌یافت و

همه اعتبار خوب داشتند، هیچ کس گرسنه نبود. شکمهای مردم سیر و احساس امنیت می‌کردند و عده کمی به فکر درآمدهای دیگر بودند. کارکنان نگران ثبات مالی کارفرمایان یا برگه اخراج خود نبودند.

اما حال که بیکاری غوغا می‌کند و هیچ کس نمی‌داند که کدام سرمایه‌گذاری با ثبات است، میلیونها نفر با فکر باز وضعیت مالی خود را دوباره‌نگری می‌کنند. آنها می‌دانند که برای تامین آینده خود باید به فکر کار دوم باشند تا در صورت شکست کار اول، راه دیگری داشته باشند. امروزه مردم بیش از هر وقت دیگر تشنه پول اضافی هستند. به همین دلیل است که برای بررسی راههای دیگر ذهن‌شان مستعدتر است و تمایل بیشتری از خود نشان می‌دهند.

این روند حتی قبل از بحران شدید اقتصادی نیز وجود داشت. از دههٔ هشتاد و بویژه از آغاز قرن بیست و یکم عده بیشتری اختیار آینده خود را به‌دست می‌گیرند. رئیس اتاق بازرگانی آمریکا در گزارشی به نام کار، کارآفرینی و فرصتهای قرن بیست و یکم در آمریکا می‌نویسد: "میلیونها آمریکایی با تاسیس شرکتهای کوچک خود، کارآفرینی می‌کنند."

---

۷۲ درصد بزرگسالان آمریکا ترجیح می‌دهند برای خود کار کنند و ٦۷ درصد آنها به‌صورت روزمره و دائمی به فکر تغییر شغل هستند.

اقتصاددان نیستم، اما کسی را می‌شناسم که اقتصاددان است: پل زین پیلزر.

پل انسانی زرنگ و باهوش است که جوان‌ترین معاون اجرایی سیتی بانک شد. اما او کار بانکی را رها کرد تا با تجارت شخصی میلیونها

دلار درآمد داشته باشد. چند کتاب او از پرفروش‌ترین کتابها در فهرست نیویورک تایمز است. او بحران وامهای اعتباری و حسابهای پس‌انداز را قبل از وقوع پیش‌بینی کرد و مشاور اقتصادی دو رئیس جمهور آمریکا بود. صحبتهایش ارزش گوش کردن دارد.

پل در سخنانش به تغییر صد و هشتاد درجه ارزشهای فرهنگی در زمینه شغل افراد اشاره می‌کند و می‌گوید که ساختار کارگر و کارفرما به کارآفرینی و کار برای خود تبدیل می‌شود.

او می‌گوید: "نظر عموم در نیمه دوم قرن بیستم، مدرسه رفتن، تحصیلات عالی و کار برای شرکتی بزرگ بود و برای خودکارکردن اغلب کاری نامطمئن به شمار می‌رفت. قابل تحسین امانامطمئن... و حتی کمی هم بی عقلی در نظرگرفته می‌شد. امروزه این مسئله کاملا برعکس شده است."

پل درست می‌گوید. گزارش رئیس اتاق بازرگانی به نظرسنجی مؤسسه گالوپ شبیه است که می‌گوید ۶۱ درصد آمریکاییها ترجیح می‌دهند که خود رئیس خود باشند. در یک نظرسنجی دیگر که توسط دیسایفر انجام شده، ۷۲ درصد بزرگسالان آمریکا ترجیح می‌دهند برای خود کار کنند و ۶۷درصد آنها به‌صورت روزمره و دائمی به فکر تغییر شغل هستند.

صرف اینکه درآمد داشته باشید، مهم نیست بلکه نحوه تولید درآمد هم مهم است. مردم روز به روز بیشتر متوجه می‌شوند که باید اختیار زندگی شان را به عهده‌بگیرند. آنها می‌خواهند با خانواده‌هایشان تماس بیشتر داشته و اختیار وقت خود را داشته باشند. از خانه کار کنند و سرنوشت خود را خود رقم بزنند. در نظرسنجی دیسایفر ۸۴ درصد

شرکت‌کنندگان بر این عقیده بودند که اگر برای خود کار کنند، با علاقه بیشتر کار خواهندکرد. آنها در پاسخ به این سوال که چرا می‌خواهید برای خودکار کنید گفتند: "برای این که شور و شوق بیشتری در زندگی شغلی‌ام داشته باشم."

در واقع اسطوره امنیت شغلی قرن بیستم در پیش چشمان ما از بین می‌رود. این اسطوره وعده می‌دهد که کار برای دیگران زندگی پربار، طولانی مدت و همراه با شادی‌ایجاد می‌کند.

افسانه استخدام

اکثر ما توسط شرایط زندگی مان شستشوی مغزی شده وفکر می‌کنیم که استخدام شدن قسمتی از زندگی بشر است. اما از نظر تاریخی نه تنها این مسئله "عادی" نیست، بلکه پدیده‌ای نسبتاً جدید است.

در عصر کشاورزی اکثر مردم برای خود کار می‌کردند. البته آنها کشاورزانی بودند که روی زمینهای شاه کار می‌کردند، اما استخدام شاه نبودند. از شاه حقوق دریافت نمی‌کردند. در واقع برعکس بود. این کشاورزان بودند که برای استفاده از زمین به شاه مالیات پرداخت می‌کردند. کشاورزان زندگی خود را مانند صاحبان شرکتهای کوچک اداره می‌کردند. قصاب، نانوا و شمع‌ساز هم در دهکده‌ها وجود داشتند و این حرفه‌ها را به نسل بعدی خود منتقل می‌کردند. نام خانوادگی آنها هم از شغلشان نشأت می‌گرفت. "اسمیت" آهنگر بود، "بیکر" نانوا، "فارمر" کشاورز، "تیلر" خیاط و "کوپر" بشکه‌ساز بود.

وقتی عصر صنعتی فرار رسید، تقاضا برای کارمند وکارگر بیشتر شد. در نتیجه دولت وظیفه آموزش و پرورش را به عهده گرفت و نظام

"پروسی" را اقتباس کرد که هنوز هم بسیاری از مدارس غربی امروزه از این نظام پیروی می‌کنند.

آیا هرگز فکر کرده‌اید که سن بازنشستگی یعنی ۶۵ سالگی از کجا آمده است؟ اوتو فون بیسمارک، رئیس جمهور پروسی، در ۱۸۸۹ این طرح را ارائه داد. البته او سن ۷۰ سالگی را عنوان کرد که بحث آن از حوصله این کتاب خارج است. برای بیسمارک حقوق بازنشستگی در سن ۶۵ سالگی اهمیتی نداشت چون که متوسط عمر در آن زمان ۴۵ سال بود. امروزه که متوسط عمر به دهه هشتاد و نود زندگی رسیده، سن بازنشستگی می‌تواند دولت فدرال را ورشکسته کند.

وقتی فلسفه آموزش و پرورش پروسی را بررسی می‌کنید، می‌بینید هدف پرورش سرباز و کارمند دولت بود. آنها افرادی می‌خواستند که فرمانبر باشند. نظام پروسی برای تولید انبوه کارمند بود.

در آمریکا در دهه شصت و هفتاد میلادی اگر استخدام شرکتهایی مانند آی بی ام می‌شدید، معمولا تا بازنشستگی برای آنها کار می‌کردید. این شرکتها استاندارد طلایی امنیت شغلی بودند. اما در ۱۹۸۵ استخدام در آی بی ام به بیشترین حد خود رسید و از آن به بعد مفهوم شغل ثابت و مطمئن در یک شرکت رو به زوال رفته است.

همه شنیده‌ایم که "اگر جنرال موتور برود، کشور می‌رود..."

نیم قرن گذشته و اوضاع جنرال موتور خوب نیست. آیا معنای این نابودی آمریکا است؟ خیر. این اسطوره امنیت شغلی شرکتهای بزرگ و طرح چهل سال کار مداوم برای این شرکتها است که نابود می‌شود.

تب کارآفرینی

به نظر من استخدام شدن چیز بدی نیست. اما یکی از انواع راه تولید درآمد است که محدودیت زیاد ایجاد می‌کند. این روزها مردم بیشتر به این واقعیت واقف می‌شوند. این افراد مانند خود شما می‌دانند که کارآفرینی تنها راهی است که می‌تواند آنها را به خواسته‌هایشان برساند.

دیگران هم با من هم‌عقیده‌اند. ممکن است نام محمد یونس نویسنده کتاب بانکدار فقیران را نشنیده باشید، اما کمیته جایزه نوبل در اسلو او را می‌شناسد. آنها جایزه نوبل کارآفرین جهان سوم را در سال ۲۰۰۶ به خاطر طرح "وامهای کوچک" به او دادند. یونس می‌گوید: "همه مردم جهان کارآفرین هستند اما فرصت برای درک آن به آنها داده نشده است."

تب کارآفرینی رو به افزایش است زیرا که کند شدن اقتصاد، کارآفرینی را تندتر می‌کند. در واقع کارآفرینان در دوره‌های بد اقتصادی شکوفا می‌شوند.

قبل از این که اقتصاد جهان در سالهای ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ سقوط کند و خبرهای ناگوار اقتصادی پخش شود، یونس گفت که روز به روز تعداد بیشتری از مردم فعالانه به دنبال فرصتهای کارآفرینی هستند.

تب کارآفرینی رو به افزایش است زیرا که کند شدن اقتصاد، کارآفرینی را تندتر می‌کند. در واقع کارآفرینان در دوره‌های بد اقتصادی شکوفا می‌شوند. وقتی که جهت اقتصاد نامعلوم است، راههای متفاوتی را برای تولید درآمد در نظر می‌گیریم. وقتی که می‌دانیم به کارفرما نمی‌توان اطمینان کرد، به تواناییهای خود توجه می‌کنیم. به این فکر می‌افتیم که

شاید وقت آن رسیده که از محدوده راحت خود خارج شده و با خلاقیت به هدف برسیم.

خزانه داری آمریکا در یک نظرسنجی نشان داد که به‌طور متوسط کارآفرینان پنج برابر کارمندان سرمایه‌دارند. پس کارآفرینان پنج برابر دیگران توانایی ایستادگی در برابر بحرانهای اقتصادی داشته و حتی می‌توانند قوی‌تر از گذشته از این بحرانها سر بلند کنند. آنها هستند که برای خود اقتصاد قوی ایجاد کرده‌اند.

در یک نظرسنجی دیگر اکثر مردم آمریکا معتقدند که کارآفرینی کلید حل بحران اقتصادی کنونی است. مسئول اجرایی این نظرسنجی می‌گوید: "تاریخ مکرراً نشان داده که شرکتهای جدید و کارآفرینی راه بلند کردن اقتصادی است که به زمین نشسته است."

شک نکنید.

شاید اکثر مردم آمریکا واقعاً از لاک خود بیرون آمده و کاری برای اقتصاد انجام دهند. ممکن است اما من منتظر آن نمی‌شوم. این اقتصاد رو به سقوط شما است که می‌تواند با کارآفرینی شما جان دیگری پیدا کند.

شاید اکثر مردم این روزها از نظر اقتصادی در سختی باشند، اما کارآفرینانی که برای پذیرفتن چند فصل بعدی این کتاب ذهن باز دارند، دراین روزها هم از نظر اقتصادی توانایی رشد دارند. نه تنها همین حالا وقت تاسیس تجارت شما است، بلکه در واقع هیچ فرصتی بهتر از امروز وجود ندارد.

همانطور که گفتم، وقتی اوضاع سخت می‌شود، سخت‌کوشان هستند که موفق می‌شوند. پس دو سوال مطرح می‌شود.

اول: "آیا حاضرید سختکوش باشید؟" اگر پاسخ مثبت است سوال دوم مطرح می‌شود.

دوم: "چه باید کرد؟" سوال اول را خود شما باید پاسخ دهید. اما پاسخ سوال دوم را دقیقاً می‌دانم. تمام این کتاب درباره پاسخ به سوال دوم است.

فصل سوم

کجا زندگی می‌کنید؟

سالها از کار سخت شما برای بالا رفتن از نردبان ترقی گذشته است. شاید هنوز نزدیک به اولین پله‌های نردبان هستید یا این که به بالای آن نزدیک شده‌اید. این که کجای نردبان قرار گرفته‌اید مهم نیست. مسئله مهم این است که قبل از بالا رفتن از نردبان باید از خود می‌پرسیدید که این نردبان کجا نصب شده است.

همانطور که استیون آرکاوی می‌گوید، مهم نیست که چقدر سریع و تا چه ارتفاعی از نردبان بالا بروید. مهم این است که نردبان را به دیواری اشتباه تکیه نداده باشید.

هدف از این فصل این است که یک لحظه شما را از بالا رفتن متوقف کنیم تا ببینید که نردبان کجا است. اگر متوجه شدید که نردبان جای درستی قرار نگرفته، محل مناسب آن را پیدا کنید.

چگونه درآمد خود را تولید می‌کنید؟

بیشتر مردم فکر می‌کنند که موقعیت مالی آنها بر اساس مقدار درآمد یا کل ارزش ثروت آنها یا هر دوی اینها است. شکی نیست که این عوامل مهم هستند. به نظر مجله فوربس ثروتمند کسی است که سالانه بیش از یک میلیون دلار درآمد داشته باشد که می‌شود ماهی ۸۳ هزار و ۳۳۳ دلار یا هفته‌ای تقریبا ۲۰ هزار دلار و فقیر هم کسی است که زیر ۲۵ هزار دلار درآمد دارد.

اما مهمتر از کمیت درآمد شما، کیفیت به‌دست آوردن آن است. به عبارت دیگر، نه تنها چه‌قدر درآمد دارید، بلکه چگونه درآمد شما تولید می‌شود و از کجا می‌آید. در واقع برای تولید پول نقد چهار راه وجود دارد که هر کدام با دیگری کاملا متفاوت و صرف نظر از این که درآمد چقدر باشد، هر کدام سبک زندگی کاملا متفاوتی را می‌طلبند.

پس از تالیف کتاب پدر پولدار، پدر فقیر، کتابی نوشتم که در آن چهار راه تولید پول نقد را توضیح داده‌ام. بسیاری با خواندن کتاب چهار گوشه پول نقد گفتند که این مهمترین کتابی است که من نوشته‌ام زیرا این کتاب به اصل مسائل حیاتی افرادی اشاره می‌کند که می‌خواهند تغییرات واقعی در زندگی‌شان ایجاد کنند.



کتاب چهار گوشه پول نقد روشهای متفاوت تولید پول نقد را شرح می‌دهد. برای مثال یک کارمند با استخدام شدن و کارکردن برای دیگری یا یک شرکت، درآمد دارد. عده‌ای شغل آزاد دارند یا صاحب شرکتهای کوچک هستند. صاحبان شرکتهای بزرگ‌تر که معمولا بیش از ۵۰۰ نفر برای آنها کار می‌کنند، نوع دیگری از درآمد را نشان می‌دهند. سرمایه‌گذاران هم از طریق سرمایه‌گذاری در قسمتهای مختلف تولید درآمد می‌کنند. به عبارت دیگر پول آنها تولید پول می‌کند.

کارمند بودن، شغل آزاد یا صاحب شرکت کوچک، صاحب شرکتهای بزرگ بودن و سرمایه‌گذار بودن، چهارگوشه تولید پول نقد هستند.

شما در کدام گوشه قرار گرفته‌اید؟ به عبارت دیگر درآمد شما بیشتر از کدام قسمت تامین می‌شود؟

گوشه کارمندان

اکثریت قابل توجه مردم تمامی زندگی خود را در این قسمت می‌گذرانند. نظام آموزشی و فرهنگی ما "زگهواره تا گور" زندگی در این قسمت را یاد می‌دهد.

فلسفه اداری این گوشه همان است که پدرم به من یاد داد و احتمالا به شما هم یاد داده‌اند: مدرسه برو، سخت درس بخَوان، نمره‌های خوب بگیر و بعد شغلی خوب با مزایای خوب در شرکتی بزرگ به‌دست بیاور.

گوشه شغل آزاد

بسیاری از مردم ازگوشه کارمندان به قسمت کارکردن برای خودشان روی می‌آورند که ناشی از میل بـه آزادی بـیشتر و خـودمختاری است. اینجا است که سرَنوشت خود را رقـم مـی‌زنند و "آرزوی آمـریکایی" را دنبال می‌کنند.

در این قسمت دامنهٔ تولید درآمد بسیارگسترده است و از یک نوجوان که به‌صورت نیمه‌وقت ازکودکان دیگران نگهداری می‌کند یا باغبانی تازه کار تا پردرآمدترین وکلا، مشاورین و سخنرانان، همه در این گوشه قرار گرفته‌اند.

اما چه ساعتی هشت دلار یا هشتاد هزار دلار درسال درآمد داشـته باشید، کارکردن برای خود معمولا یک تله است. با خود گـفته‌ایـد کـه رئیسم را اخراج می‌کنم اما در واقع رئیس خود را عوض کرده‌اید. شما هنوز هم کارمند هستید. تنها تفاوت این است که به جای سرزنش کردن رئیس برای مشکلات خود، باید خود را سرزنش کنید زیرا که شما رئیس هستید.

گوشهٔ کار برای خود می‌تواند جایی مشکل و ناسپاس باشد. همه به شما گیر می‌دهند. یک روز کامل را باید صرف اجرای مقررات مـالیاتی کنید. کارمندان و مشتریان به شما گیر می‌دهند. حتی خانواده شما به این دلیل که به اندازه کافی با آنها وقت نمی‌گذرانید، به شما گیر می‌دهند. آخر اگر برای آنها وقت بگذارید، تجارت شما از بین می‌رود و درآمد تولید نمی‌شود.

در واقع گوشه کارکردن برای خود، بردگی است. شما صاحب تجارت

خود نیستید. این تجارت شما است که شما را تصاحب کرده است.

گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ

شرکتهای بزرگ توسط این افراد ساخته می‌شوند. تفاوت بین قسمت قبلی و این قسمت این است که شرکت بزرگ برای شما کار می‌کند.

من هم شرکتهای بزرگ متعدد شامل شرکتهای تولیدی، معاملات املاک، معادن و غیره داشتم.

آنهایی که در قسمت صاحبان شرکتهای بزرگ هستند، از رکود اقتصادی مصون هستند زیرا که آنها اختیار منبع درآمدشان را دارند.

گوشه سرمایه گذاران

این قسمت نیازی به علم نجوم ندارد. پدر پولدارم در بازی مونوپلی زندگی در این قسمت را به من یاد داد و همهٔ ما بخوبی می‌دانیم که چه اصولی دارد: چهار خانه سبز، یک هتل قرمز، چهار خانه سبز، یک هتل قرمز.

تغییر شغل به معنای تغییر گوشه نیست

سعی می‌کنم علت درک اهمیت فوق‌العاده این چهار گوشه را بیشتر توضیح دهم. چند بار شده که شکایت افراد از شغلهایشان را بشنوید و چند سال بعد از این که کار جدیدی را شروع می‌کنند، همان شکایتها را دوباره بشنوید؟

هر چه بیشتر کار می‌کنم، باز هم به جایی نمی‌رسم.

هر بار که حقوقم بیشتر می‌شود، هزینه و مالیات بیشتر اثرش را از بین می‌برد.

ترجیح می‌دهم کار دیگری بکنم. اما قادر به پرداخت هزینه دانشگاه نیستم و از پس درس خواندن و شروع حرفه‌ای کاملا جدید در این مرحله از زندگی‌ام، بر نمی‌آیم.

عجب شغل آشغالی! رئیس بیخودی دارم! زندگی بیخودی دارم!

اینها و دهها جمله دیگر را از کسی که در دام افتاده می‌شنویم. اما اینها در دام شغل مشخصی گیر نکرده‌اند، بلکه در گوشه اشتباه تولید درآمد هستند. مشکل این است که وقتی افراد قصد تغییر زندگی دارند و می‌خواهند ابتکار عمل را به‌دست بگیرند، فقط شغل خود را تغییر می‌دهند. حال آنکه آنها باید گوشه تولید درآمد را تغییر دهند.

جدا شدن از ساختار شغلهای همیشگی و ایجاد منبع درآمد شخصی شما را برای مقابله با بحرانهای اقتصادی در بهترین موضع قرار می‌دهد، زیرا برای درآمد سالانه خود دیگر به رئیس یا اقتصاد وابسته نیستید. حال این شما هستید که درآمد خود را تعیین می‌کنید.

بیشتر مردم درگوشه‌های کارمندی و شغل آزاد زندگی می‌کنند. ما را برای این نوع زندگی بزرگ کرده و آموزش داده‌اند. به ما گفته‌اند: "نمره‌های خوب بگیر تا شغل خوبی به‌دست بیاوری." اما درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ نمره شما مهم نیست. بانکدار شما از شما کارنامه درسی شما را نمی‌خواهد. اوگزارش مالی شما را می‌خواهد.

جدا شدن از ساختار شغلهای همیشگی و ایجاد منبع درآمد شخصی شما را در بهترین موضع برای مقابله با بحرانهای اقتصادی قرار می دهد. زیرا برای درآمد سالانه خود دیگر به رئیس یا اقتصاد وابسته نیستید. حال این شما هستید که درآمد خود را تعیین می‌کنید.

حداقل هشتاد درصد مردم در دوگوشه کارمندی و شغل آزاد زندگی می‌کنند. گوشه کارمندی را بویژه برای ما با امنیت و اطمینان شغلی معرفی کرده‌اند. اماگوشه‌های سرمایه‌گذاری و صاحبان شرکتهای بزرگ با آزادی همراه است. اگر می‌خواهید در این دو قسمت زندگی کنید. توانایی انجام آن را دارید. اما اگر امنیت نسبی گوشه کارمندی و شغل آزاد را می‌خواهید، شاید این مطالب به‌درد شما نخورد. این تصمیمی است که شما باید بگیرید.

در چه گوشه‌ای زندگی می‌کنید؟

در چه گوشه‌ای می‌خواهید زندگی کنید؟

فصل چهارم

ارزشهای اصلی مالی شما

چهار گوشه‌ای را که گفتم تنها برای ساختار تجارت نیست، بلکه چهار طرز فکر متفاوت است. مسائل سطحی مانند تحصیلات و آموزش شما و وضعیت اقتصاد که نمایانگر فرصتهای قابل دسترس شما هستند، کمتر گوشه تولید درآمد شما را مشخص می‌کنند. این تواناییها، نقاط ضعف و علائق شما هستند که اصل ارزشهای شما را تشکیل داده و گوشه تولید درآمد را تعیین می‌کنند.

موضوع مسئله "ارزشهای اصلی مالی شما" است. این تفاوتهای اصلی هستند که ما را به یک گوشه جذب و ازِ گوشه دیگر می‌رانند.

اهمیت این مسئله زیاد است زیرا تغییر جهت از گوشهٔ مثلا کارمندی یا شغل آزاد به گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ، به سادگی پرکردن تغییر آدرس منزل در اداره پست نیست. نه تنها کارتان را باید تغییر دهید،

بلکه در واقع خودتان را باید عوض کنید یا حداقل نحوه فکر کردن خود را باید تغییر دهید.

برخی از مردم ممکن است کارمند بودن را دوست داشته باشند و برخی دیگر از آن متنفر هستند. برخی از صاحب شرکت بودن لذت می‌برند اما دوست ندارند شرکت را اداره کنند. عده‌ای دیگر سرمایه‌گذاری را دوست دارند در حالی که عده‌ای دیگر تنها خطر از دست دادن پولشان را در آن می‌بینند. اغلب مردم از هر یک از این چهار طرز فکر مقدار کمی در وجودشان دارند. باید توجه کرد که در هر یک از این چهار قسمت احتمال ثروتمند شدن یا فقیر بودن وجود دارد. در هر قسمت افرادی میلیونها دلار به‌دست می‌آورند و افرادی هم ورشکست می‌شوند. قرارگرفتن در هر یک از این چهارگوشه موفقیت مالی را تضمین نمی‌کند.

با شنیدن حرفهای مردم می‌توان گفت که به کدام گوشه تعلق دارند. وقتی نه‌ساله بودم با پدر پولدارم می‌نشستم و مصاحبه او با کسانی را که تقاضای کار داده بودند نگاه می‌کردم. از این مصاحبه‌ها ارزشهای اصلی افراد را می‌دیدم که به نظر پدر پولدارم از روحهای آنها سرچشمه گرفته بود.

در اینجا چند ارزش اصلی هر کدام از این چهارگوشه را عنوان می‌کنم.

گوشهٔ کارمندی: امنیت
گوشهٔ شغل آزاد: استقلال
گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ: تولید ثروت
گوشهٔ سرمایه‌گذاران: آزادی اقتصادی



ارزشهای گوشه کارمندی

"دنبال کاری ثابت و مطمئن با حقوق و مزایای عالی هستم".

برای کسی که در گوشهٔ کارمندی است، ارزش اصلی امنیت شغلی است. ممکن است بیشترین حقوق را به عنوان معاونِ اجرایی یک شرکت دریافت کنید اما هنوز هم ارزش اصلی شما با نظافتچی شرکت که یک دهم حقوق شما را هم ندارد یکی است. کسی که در گوشهٔ کارمندی قرارگرفته، صرف نظر از این که رئیس یا نظافتچی شرکت باشد، این جمله را می‌گوید: "دنبال کاری ثابت و مطمئن با حقوق و مزایای عالی هستم."

یا "برای اضافه‌کاری چقدر حقوق می‌دهند؟" یا "چند روز مرخصی با حقوق داریم؟"

وقتی با کسی گفتگو می‌کنم که در گوشهٔ کارمندی است، من از این‌که چقدر دوست دارم شرکت خودم را راه بیندازم صحبت می‌کنم و او می‌گوید: "درستَ. اما آیا این کار ریسک همراه ندارد؟" هر کدام ما زندگی را از دریچه ارزشهای اصلی خود می‌بینیم. آنچه برای من مهیج است، برای دیگری ترسناک است. به همین دلیل است که وقتی با افراد گوشهٔ کارمندی روبه‌رو می‌شوم، بیشتر درباره هوا، ورزش و برنامه تلویزیون صحبت می‌کنم.

ارزشهای گوشهٔ شغل آزاد

"اگر می‌خواهی کار را به‌صورت درست انجام دهی، خودت آن کار را انجام بده."

برای افراد گوشهٔ شغل آزاد ارزش اصلی استقلال است. آنها می‌خواهند در کارهایشان آزادی داشته باشند. وقتی کسی می‌گوید: "می‌خواهم شغلم را رها کنم و برای‌خودم کار کنم." یعنی تغییر از گوشهٔ کارمندی به گوشهٔ شغل آزاد.

افرادی که درگوشهٔ شغل آزاد هستند، شامل صاحبان شرکتهای کوچک، تجارتهایی که توسط زن و شوهرها اداره می‌شود، افراد متخصص و مشاورین هستند. برای نمونه دوستی دارم که برای خانه‌های افراد پولدار تلویزیونهای با صفحه بزرگ، سیستمهای تلفن و دزدگیر نصب می‌کند. او سه کارمند دارد و از این که رئیس تنها سه نفر است، لذت می‌برد. در واقع نمونه کامل و سخت‌کوش شغل آزاد است.

فروشندگان و دلالهای معاملات ملکی و بیمه که بر اساس درصد کار می‌کنند، از همین طبقه هستند. شغلهای حرفه‌ای نیز مانند پزشکان، وکلا و حسابداران که برای شرکتهای بزرگ کار نمی‌کنند، از این قبیل هستند.

افرادی که در این دسته هستند به کارکردن با دست و مغزشان افتخار می‌کنند. اگر قرار بود شعار بدهند، یا "هیچ کس بهتر از من نمی‌تواند" و یا "روش من" شعار آنها بود. اما پشت چهره استقلال آنها اغلب می‌توان عدم اعتماد به اصل روش برخورد این افراد با تجارت را دید که همان روش برخورد با زندگی است. روش برخورد ما با تجارت همان روش برخورد با کارهای دیگر در زندگی است.

در این گروه اغلب درآمد از طریق درصد فروش و یا نرخ ساعاتی محاسبه می‌شود که صرف یک کار شده است. مثلا می‌گویند: "درصد کمیسیون من شش درصد کل خرید است." یا " ساعتی صد دلار هزینه کار من است." یا "هزینه به اضافه ده درصد."

وقتی با کسی برخورد می‌کنم که برای انتقال از مرحلهٔ کارمندی به مرحلهٔ شغل آزاد مشکل دارد، معمولا اشکال این است که او مهارت فنی یا مدیریتی خود را دارد اما توانایی رهبری ندارد. پدر پولدار من می‌گفت: "اگر رهبر تیم شدی و در عین حال باهوش‌ترین فرد آن تیم هستی، تیم شما با مشکل مواجه خواهد شد." افراد گروه شغل آزاد معمولا با بقیه نمی‌توانند همکاری خوب داشته باشند و ممکن است کمی منم منم داشته باشند.

برای این که از مرحلهٔ شغل آزاد به صاحبان شرکتهای بزرگ بروید، به پرش در مهارتهای فنی نیاز ندارید، بلکه پرش در مهارتهای رهبری لازم است. همانطوری که بارها گفته‌ام، در زندگی واقعی دانش‌آموز نمره الف

معمولا برای دانش‌آموز نمره ج کار می‌کند و نمره ب برای دولت کار می‌کند.

اگر از خود شنیده‌اید که می‌گویید: "اگر می‌خواهید کاری را درست انجام بدهید بهتر است خود آن را انجام دهید" یا این که تمایل به چنین طرز فکری دارید، شاید وقت آن رسیده که نگاه دقیق‌تری به این روش کنید.

ارزشهای گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ

"برای تیم خود دنبال بهترین افراد هستم."

ارزش اصلی افرادی که صاحبان شرکتهای بزرگ هستند تولید ثروت است. افرادی که از صفر شروع کرده و شرکتهای بزرگ موفق تشکیل داده‌اند، اغلب در زندگی اهداف بزرگ دارند که به تیم عالی وکارگروهی عالی ارزش می‌دهند و می‌خواهند برای تعداد هر چه بیشتر مردم، کار و خدمت کنند.

در حالی که افرادگروه شغل آزاد می‌خواهند در محدوده خود بهترین باشند، گروه صاحبان شرکتهای بزرگ تلاش می‌کنند تا تیمی از بهترین افراد در محدوده‌های مختلف داشته باشند. هنری‌فورد افرادی را دور خود جمع کرد که از او باهوش‌تر بودند. در حالی که تاجرگروه شغل آزاد اغلب باهوش‌تر و با استعدادتر از بقیه است، گروه صاحبان شرکتهای بزرگ این ویژگی را ندارند.

وقتی صاحب شرکتی بزرگ هستید، اغلب با افرادی سر و کار دارید که از شما باهوش‌تر، باتجربه‌تر و تواناتر هستند. پدر پولدار من تحصیلات رسمی نداشت اما با بانکداران، وکلا، حسابداران، مشاورین

سرمایه‌گذاری، و کارشناسانی سروکار داشت که بسیاری از آنها مدارک عالی داشتند. برای این که برای شرکتش سرمایه جمع‌آوری کند اغلب با افرادی سر و کار داشت که از او خیلی پولدارتر بودند. اگر او با این شعار زندگی می‌کرد که "اگر می‌خواهید کاری را درست انجام دهید باید خودتان آن را انجام دهید." کاملا شکست می‌خورد.

وقتی که صحبت از درآمد می‌شود، صاحبان شرکتهای بزرگ می‌توانند شرکت را رها کنند و هنوز هم درآمد داشته باشند. در اغلب موارد درگروه شغل آزاد اگر کسی کار نکند درآمد هم متوقف می‌شود. بنابراین سوالی که باید از خود بپرسید این است: "آیا اگر روزی کار نکنم چقدر درآمد مستمر خواهم داشت؟" اگر درآمد شما پس از شش ماه یا زودتر متوقف شود، پس شما درگروه کارمند یا شغل آزاد هستید. کسی که درگروه صاحبان شرکتهای بزرگ و یا سرمایه‌گذاران است، اگر دست از کار بکشد بازهم درآمد او ادامه دارد.

ارزشهای گوشهٔ سرمایه‌گذاران

"از سرمایه‌گذاری چقدر عاید من می‌شود؟"

افرادی که در گوشهٔ سرمایه‌گزاران هستند آزادی اقتصادی را ارزش اصلی می‌بینند. سرمایه‌گذار می‌خواهد سرمایه‌اش به جای او کار کند.

سرمایه‌گذاران در جاهای بسیار سرمایه‌گذاری می‌کنند. آنها در سکه‌های طلا، ملک و املاک، تجارتهای مختلف، اوراق بهادار مانند سهام، اوراق قرضه و صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک سرمایه‌گذاری می‌کنند.

اگر درآمد شما از طرحهای بازنشستگی خصوصی یا دولتی است و در

اثر دانش شخصی شما در سرمایه‌گذاری نیست، پس این درآمد از راه کارمندی به‌دست آمده است. به عبارت دیگر رئیس شما یا شرکتی که برای آن کار کرده‌اید برای سالها خدمت به شما پول می‌دهند.

جملاتی که یک سرمایه‌گذار ممکن است بگوید این است: " از داراییهایم بیست درصد سود دارم." یا "مدارک مالی شرکت را به من نشان بدهید." یا "هزینهٔ تاخیر در تعمیر این ملک چقدر است؟"

گوشه‌های متفاوت، سرمایه‌گذاران متفاوت

در جهان امروز همه ما باید سرمایه‌گذار باشیم. اما نظام دبیرستان سرمایه‌گذاری را به ما آموزش نمی‌دهد. البته برخی از مدارس انتخاب سهام را یاد می‌دهند که به نظر من این سرمایه‌گذاری نیست و قمار است.

سالها قبل پدر پولدارم به من گفت که اغلب کارمندان در صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک یا حساب پس‌انداز سرمایه‌گذاری می‌کنند. همچنین او گفت که "اگر در یک گوشه مانند کارمندی، شغل آزاد یا صاحبان شرکتهای بزرگ موفق شدی، به منزله این نیست که در سرمایه‌گذاری موفق خواهی شد. پزشکان اغلب بدترین سرمایه‌گذاران هستند."

پدر پولدارم به من یاد داد که افراد گوشه‌های مختلف سرمایه‌گذاریهای متفاوت دارند. به عنوان مثال کسی که در گوشهٔ شغل آزاد است، ممکن است بگوید "در ملک سرمایه‌گذاری نمی‌کنم زیرا حوصلهٔ تعمیر توالت را ندارم."

اگر می‌خواهید ثروتمند شوید، باید حرکت را آغاز کنید. نیازی به تغییر شغل نیست، بلکه باید آدرس را عوض کنید.

کسی که درگروه صاحبان شرکتهای بزرگ است، درباره سرمایه‌گذاری در ملک می‌گوید: "برای اداره مسائل ساختمان یک شرکت عالی به کار می‌گیرم تا توالتهایی را که شبها خراب می‌شوند درست کند." به عبارت دیگرگروه شغل آزاد فکر می‌کند که نگهداری و اداره ساختمان وظیفه او است وگروه صاحبان شرکتهای بزرگ در این نوع سرمایه‌گذاری از شرکتهایی استفاده می‌کند که اداره ساختمان را به عهده می‌گیرند. گروههای متفاوت، طرز فکرهای متفاوت دارند و گوشه‌های متفاوت، ارزشهای متفاوت با هم دارند.

تاکنون باید متوجه منظورم شده باشید. اصل مطلب مسئله ساده‌ای است. اگر بخواهید ثروتمند شوید، باید حرکت را آغاز کنید. نیازی به تغییر شغل نیست، بلکه باید آدرس را عوض کنید.

اگر بخواهید اختیار زندگی و سرنوشت خود را در دست بگیرید، اگر آزادی واقعی می‌خواهید که تصمیم‌گیرنده باشید، برنامه روزانه را شما مشخص کنید، با خانواده و برای خود وقت بیشتری صرف کنید، کارهایی که علاقه دارید انجام دهید، نوعی از زندگی را ادامه دهید که طراح آن خود هستید، زندگی با علاقه پرهیجان و ثمربخش داشته باشید و بالاخره اگر می‌خواهید ثروتمند باشید و ثروتمند زندگی کنید، زمان آن رسیده که بار خود را ببندید و حرکت را آغاز کنید.

زمان آن رسیده که قسمتهای کارمندی و شغل آزاد را رها کنید و به صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران بپیوندید.

فصل پنجم

طرز فکر یک کارآفرین

پس از این که تحصیلات کالج را تمام کردم، به دانشگاه تجارت رفتم تا فوق لیسانس مدیریت بازرگانی بگیرم وکارآفرینی با تجربه و تحصیلکرده بشوم. نه ماه تحمل کردم و بعد دانشگاه را ترک کردم. البته فوق لیسانس بازرگانی هم نگرفتم.

جای تعجب است که این روزها اغلب دانشگاههای بازرگانی از من دعوت می‌کنند تا برای دانشجویان کلاسهای کارآفرینی بگذارم.

سوالی که معمولا دانشجویان می‌پرسند این است: "از کجا سرمایه‌گذار پیدا کنیم؟" و "چگونه سرمایه اولیه را زیاد کنیم؟" سوالات را درک می‌کنم چراکه خود من هم موقع ترک شغل عادیَ و آغاز کارآفرینی همین سوالات را داشتم. نه پول داشتم و نه کسی می‌خواست با من وارد سرمایه‌گذاری شود. شرکتهای بزرگ سرمایه‌گذاری پشت در خانه‌ام صف نبسته بودند.

بنابراین چه پاسخی باید به این دانشجویان بدهم؟ پاسخ من این

است: "پیش بروید و دست به‌کار شوید. دست به‌کار شوید، وگـرنه از تجارت خارج می‌شوید."

برای تشکیل تجارت خود نیازی به جمع آوری سرمایه نیست، زیرا قبلا سرمایه جمع آوری شده است. اما شما باید تجارت خود را بسازید.

امروزه با وجودی که پـول کـافی دارم، تـمام تـلاشم بـر جـمع‌آوری سرمایه است. وظیفه اول یک کارآفرین همین است. از سه گـروه افـراد سـرمایه جـمع‌آوری مـی‌کنیم: مشـتریان، سـرمایه‌گـذاران و کـارمندان. وظیفه کارآفـرین پـیدا کـردن مشـتری بـرای فـروش اجـناس است. اگـر بتوانید از مشتریان بـرای خـرید اجـناس پـول بگـیرید، سـرمایه‌گـذاران سرمایه زیاد به شما می‌دهند. اگر کارمند دارید، وظیفه شما ایـن است که حداقل ده برابر بیش از حقوقی کـه بـه آنـها مـی‌دهید تـولید داشـته باشند وگرنه تجارت شما از بین می‌رود و نـیازی بـرای سـرمایه‌گـذاری بیشتر نیست."

این پاسخی نیست که اکثر دانشجویان مدیریت بازرگانی به دنبال آن باشند. اغلب فرمول جادویی یا دستور غذایی مرموز می‌خواهند یا بـه دنبال نوعی طرح تجاری هستند که آنها را به سرعت ثروتمند کند. اساتید آنها هم پاسخ من را نمی‌پسندند زیرا که موقع درس من صورتهایشان کج می‌شود. آنها با این که درس کارآفرینی می‌دهند، خود کارآفرین نیستند. به همین دلیل است که شغل ثابت تدریس انتخاب کرده‌اند تـا حـقوق ثابت داشته باشند و امید دارند که کارمند رسمی شوند.

منظورم این نیست که شما باید پول جـمع آوری کـنید. در واقـع بـر

اساس طرح تجارت این کتاب برای تشکیل تجارت خود نیازی به جمع‌آوری سرمایه نیست، زیراکه قبلا سرمایه جمع‌آوری شده است. اما شما باید تجارت خود را بسازید.

کارآفرین یعنی کسی که کننده کار است. باید از صندلی مسافرین جدا شوید و به جلوی اتوبوس بروید و فرمان زندگی خود را دست بگیرید.

برای کارآفرینی چه‌ویژگیهایی لازم‌است؟

کارآفرینان پولدارترین افراد جهان هستند. نام کارآفرینان مشهور را می‌دانیم: ریچارد برانسون و دونالد ترامپ، اپرا وینفری و استیو جابز، روپرت مرداک و تد ترنر. اما ثروتمندترین کارآفرینان کسانی هستند که شما هرگز نام آنها را نشنیده‌اید زیرا نمی‌خواهند توجه رسانه‌ها را جلب کنند و بی سروصدا زندگی متمول خود را ادامه می‌دهند.

اغلب این سوال را می‌شنوم: "آیا کارآفرینان با این صفت به دنیا می‌آیند یا این که در شرایط رشد می‌کنند؟" برخی فکر می‌کنند که برای کارآفرین شدن باید استثنایی بود یا این که جادوی خاصی داشت. به نظر من کارآفرین بودن مسئله خاصی نیست و خواستن توانستن است.

به این مثال توجه کنید. نوجوانی در همسایگی من زندگی می‌کند که از راه نگهداری کودکان تولید درآمد می‌کند. او همکلاسیهای دبیرستان را استخدام کرده تا برای او کار کنند. او یک کارآفرین است. پسر جوانی را می‌شناسم که پس از دبیرستان تعمیرات انجام می‌دهد. او هم یک کارآفرین است. بیشتر بچه‌ها ترس ندارند اما برای اکثر بزرگسالان ترس تنها دارایی آنها است.

برای کشف، پرورش و اهدای نبوغ خود به جهان باید شهامت داشته باشید.

امروزه میلیونها نفر از مردمی که آرزوی ترک مشاغل خود را دارند، به دنبال کارآفرینی و اداره تجارتهای خود هستند. اما مشکل این است که در اکثر موارد آرزوی آنها تنها یک آرزو است. چرا برای تحقق آرزوی خود و کارآفرین شدن اقدامی نمی‌کنند؟

دوستی دارم که آرایشگر قابلی است. در زیبا کردن زنان معجزه می‌کند. سالهاست که صحبت از باز کردن سالن آرایش خود می‌کند. طرحهای بزرگی دارد اما متاسفانه خودش هنوز کوچک است و یک صندلی کوچک از سالنی بزرگ را در اختیار دارد و همیشه با صاحب سالن آرایش در ستیز است.

دوست دیگری دارم که همسرش از این که مهماندار هواپیما است خسته شده بود. دو سال قبل کارش را رها کرد و به مدرسه آرایشگری رفت تا آرایشگر مو شود. یک ماه قبل مراسم افتتاحیه سالن آرایش او بود. فضایی عالی دارد و بهترین آرایشگران را جذب کار کرده است.

وقتی که آن دوست دیگرم خبر سالن او را شنید، گفت: "چطور توانست سالن آرایش باز کند؟ او استعداد ندارد. توانایی ندارد. مانند من در نیویورک آموزش ندیده و از همه مهمتر تجربه ندارد. یک سال بیشتر طول نمی‌کشد و شکست می‌خورد."

شاید شکست بخورد. آمار نشان می‌دهد که ۹۰ درصد تمامی تجارتها

ظرف پنج سال اول شکست می‌خورند. از طرف دیگر شاید هم شکست نخورد. نکته این است که او دست به‌کار شد. شهامت شکل دادن به زندگی اش را دارد. برای کشف، پرورش و اهدای نبوغ خود به جهان باید شهامت داشته باشید.

۸۰ درصد کسانی که بیش از سه میلیون دلار در بلیط بخت‌آزمایی برنده می‌شوند ظرف سه سال ورشکسته می‌شوند. علت این است که پول به تنهایی نمی‌تواند افراد را ثروتمند کند. این افراد ممکن است به ارقام حسابداری خود اضافه کنند اما این ارقام آنها را ثروتمند نمی‌کنند زیرا که روش فکرکردن آنها تغییر نکرده است.

فکر شما بی‌انتهاست. شک و تردیدهای شماست که محدودیت ایجاد می‌کند. این راند نویسنده کتاب اطلس شانه‌هایش را بالا انداخت می‌نویسد: "ثروت محصول توانایی انسان برای فکرکردن است." پس اگر آماده تغییر زندگی خود هستید، فضایی را به شما معرفی می‌کنم که در آن به ذهن خود اجازه تفکر بدهید و ثروتمندتر شوید.

وقتی که بزرگ شدید می‌خواهید چه کاره شوید؟

بچه که بودم پدر واقعی‌ام به من گفت که مدرسه بروم، نمره‌های خوب بگیرم، تا شغلی امن و ثابت داشته باشم. برای گوشهٔ کارمندی مرابرنامه‌ریزی می‌کرد. مادرم می‌خواست که من وکیل یاً پزشک شوم. اومرا برای گوشهٔ شغل آزاد برنامه‌ریزی می‌کرد و می‌گفت: "در این صورت شغلی مطمئن داری که هرگز سقوط نمی‌کند." پدر پولدارم به من گفت که اگر می‌خواهم ثروتمند شوم، باید صاحب شرکت باشم یا سرمایه‌گذار شوم. او مرا برای گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ و

سرمایه‌گذاران برنامه ریزی‌کرد.

وقتی از ویتنام برگشتم، باید تصمیم می‌گرفتم که به کدام توصیه گوش بدهم. شما هم با همین مسئله روبه‌رو هستید.

یکی از دلایلِ تشکیل شرکت خود این است که می‌خواهید شأن و رتبه خود را حفظ کنید. این دلیل کم‌اهمیت نیست. جهان پر از زورگویان و افراد کوته‌فکر است که ممکن است رئیس یا مدیر یا همسایه و یا حتی دوست شما باشند و شما نمی‌خواهید تحت فشار دیگران باشید. می‌خواهید اختیار زندگی خود را به دست بگیرید. می‌خواهید شهامت بی‌اهمیت کردن زورگویان اطرافتان را به‌دست آورید و آزادی فکر و عمل داشته باشید.

طرز فکر مازراتی

حال سؤالی را دوباره مطرح می‌کنم: "کجا زندگی می‌کنید؟" حال می‌توانید ارزش پرش از گوشهٔ پول نقد به گوشهٔ دیگر را بفهمید. تنها ساختار متفاوت نیست، بلکه روش برخورد هم متفاوت است.

بله، همه اینها درباره تجارت است اما از طرف دیگر فقط تجارت نیست. تجارت شکل خارجی آن است. بستن اسب کشاورزان به چرخهای یک خودروی مازراتی آن را به خودرو مسابقه‌ای تبدیل نمی‌کند. مهارت، آموزش و از همه مهمتر طرز فکر راننده مسابقات رانندگی لازم است.

در زندگی اقتصادی هم همین طور است. باید طرز فکر کارآفرینها را داشته باشید. طرز فکر کارآفرین در اصل مصمم بودن است.

یکی از زیباییهای تجارت قرن بیست و یکم این است که تمامی زمینه‌های تجاری از قبل برای شما آماده شده است.

شما مسئول انجام دادن کارها هستید، پس هیچ کس به غیر از خود را سرزنش نمی‌کنید.

شما لازم نیست مثل من همه چیز را از اول شروع کنید. یکی از زیباییهای تجارت قرن بیست و یکم این است که تمامی زمینه‌های تجاری از قبل برای شما آماده شده و رهبرانی باتجربه و متعهد به موفقیت شما آماده راهنمایی شما هستند.

اما اشتباه نکنید. اگر قرار باشد موفق شوید، این شما هستید که باید موفقیت را ایجاد کنید. برای این هم طرز فکر یک کارآفرین لازم است. وگرنه هر قدر که تجارت شما موفق باشد و آموزگاران شما عالی باشند، باز هم نتیجه‌گرفتن مشکل خواهد بود.

طرح تجارت این کتاب که در قسمت دوم مطرح می‌شود مانند خودرو مازراتی است، اما شما راننده آن هستید. شما از همه چیز مهمتر هستید. آیا آماده به دست‌گرفتن فرمان هستید؟ آیا شایستگی آن را دارید؟

فصل ششم

زمان آن رسیده که کنترل را به‌دست بگیریم

در سال ۱۹۸۵ من و همسرم کیم بی‌خانمان و بیکار بودیم. پس‌انداز کم و کارتهای اعتباری ما تا آخر خرج شده بود و در یک خودروی قدیمی و قهوه‌ای تویوتا با خواباندن صندلیها، شب را می‌گذراندیم. آخر هفته‌ای که در خودرو خوابیدیم، تلخی این واقعیت که کی هستیم، چه می‌کنیم و به کجا می‌رویم، آرام آرام اثر می‌کرد.

پس از این که یکی از دوستانمان متوجه وضعیت بسیار بد ما شد، اتاقی را در زیرزمین منزلش به ما داد. وقتی دوستان و فامیل از وضعیت ما خبردار شدند، اولین حرفی که زدند این بود: "چرا سرکار نمی‌روید؟" اول تلاش کردیم توضیح بدهیم. اما روشن کردن افراد کنجکاوی که حسن نیت داشتند کار آسانی نبود. وقتی با کسی صحبت می‌کنید که شغل داشتن را ارزش می‌داند، توضیح این مسئله که چرا شما شغل نمی‌خواهید مشکل است.

گاه و بیگاه با پرداختن به کارهای کوتاه‌مدت و کم اهمیّت پول کمی

به‌دست می‌آوردیم. اما تنها می‌توانستیم شکم خود را سیر کنیم و بنزین در اتومبیل‌مان بریزیم که منزل ما بود.

باید اعتراف کنم در لحظاتی که به شدت به خودم شک می‌کردم، به فکر شغلی مطمئن و حقوق ماهانه می‌افتادم. اما از آنجایی که امنیت شغلی هدف ما نبود، مقاومت کردیم و روز به روز بر لبهٔ پرتگاه مالی حرکت می‌کردیم. می‌دانستیم که قادر به پیدا کردن شغلی مطمئن با حقوق خوب هستیم. هر دوی ما مدرک کالج، مهارت خوب و وجدان کاری محکم داشتیم. اما امنیت شغلی نمی‌خواستیم. به دنبال آزادی اقتصادی بودیم.

در سال ۱۹۸۹ میلیونر شدیم.

اغلب مردم می‌گویند: "پول پول می‌آورد." این مزخرف است. سفر ما از بی خانمانی تا میلیونری ظرف چهار سال انجام شد و در پنج سال بعدی به آزادی اقتصادی واقعی رسیدیم. برای‌این سفر پول لازم نبود. وقتی که شروع کردیم، پول نداشتیم. در واقع قرض هم داشتیم و هیچ کس هم پولی به ما نداد.

همچنین داشتن تحصیلات عالی ضروری نیست. تحصیلات دانشگاهی برای حرفه‌های سنتی لازم است و تولید ثروت تحصیلات دانشگاهی نمی‌خواهد.

اگر برای پول در آوردن پول لازم نیست و برای بی‌نیازی اقتصادی تحصیلات دانشگاهی لازم نیست، پس چه چیزی لازم است؟ داشتن آرزو، عزم، خواستن برای یادگیری سریع و فهم گوشهٔ پول نقدی که در آن هستید، لازم است.

سخت‌کوشی شما را ثروتمند نمی‌کند

دیدگاه عجیبی در فرهنگ ما وجود دارد که می‌گوید: "اگر سخت‌کوش باشید، موفق خواهید شد." عجب حرف بیخودی! مصیبت این است که اکثر مردم را شستشوی مغزی داده‌اند تا آن را بپذیرند و با این که هزاران مدرک علیه آن دیده می‌شود، اکثراً آن را پذیرفته‌اند.

چه مدرکی؟ اطراف خود را نگاه کنید. آیا کسی را می‌بینید که تمام عمر خود را به سختی کارکرده و با سرافکندگی و قلب شکسته کم و بیش تنها قادر به امرار معاش باشد؟

البته که می‌بینید. همهٔ ما چنین افرادی را می‌بینیم. جهان پر از افراد پرکار است که قطعا وضع اقتصادی خوبی ندارند. بدتر از همه این که برخی از این افراد به این نتیجه رسیده‌اند که شاید مقصر خود آنها هستند و این شکست شخصی آنها است. با این که همهٔ کارهای درست را انجام دادند، مثمر ثمر نشده است. شاید به اندازه کافی کار نکردند یا این که خوش شانس نبودند. شاید هم اصلا برای موفقیت ساخته نشده‌اند.

اینها همه مزخرف است. مشکل این است که افسانه سخت‌کوشی یک افسانه است.

اشتباه نکنید. منظور من این نیست که تولید سرمایه و آزادی اقتصادی سخت‌کوشی لازم ندارد. سخت‌کوشی لازم دارد و خیلی هم لازم دارد. امیدوارم شما آن قدر بی‌تجربه نباشید که حرف عده‌ای احمق را قبول کنید که تولید ثروت آسان و سریع یا بدون زحمت است. اگر بی‌تجربه هستید، پلی دارم برای برقراری ارتباط که با قیمت بسیار ارزان می‌توانید خریداری کنید و تمامی وامهای مسکن به افراد فاقد شرایط و مشکلات

اعتباری مناسب شما هستند.

خیر. سخت‌کوشی لازم است. سوال این است که آیا سخت‌کوشی به تنهایی کافی است؟ می‌توانم صدای شما را بشنوم: "چه کاری؟" پول درآوردن! اما تندروی نکنید زیرا که حقیقتی تلخ و سرد پشت طرز فکر نادرست ما است:

سخت‌کوشی برای تولید درآمد هرگز سرمایه ایجاد نمی‌کند.

افرادی که برای حقوق کار می‌کنند، هر چه بیشتر کار کنند مالیات بیشتری باید بپردازند. برای پول درآوردن نباید سخت کار کرد. هر چه درآمد شما باشد آن را خرج کرده و باز باید کار کنید.

ممکن است بپرسید پس چه باید کرد؟ باید کنترل را به‌دست گرفت.

کنترل چه چیزی را؟ هر چه تلاش کنید، کنترل بیشتر مسائل زندگی را نمی‌توانید به‌دست بگیرید. کنترل بازار، کارمندان و اقتصاد در دست شما نیست. آنچه قابل کنترل است، منبع درآمد شما است.

مشکل چیست؟

بیشتر افراد ثروتمند از راه ساختن یک تجارت ثروتمند می‌شوند. بیل گیتس شرکت مایکروسافت و مایکل دل شرکت کامپیوتر دل را در خوابگاه خود می‌سازد. هنوز هم از نظر تاریخی تعداد بسیار کمی از افراد را می‌بینیم که در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ هستند. این قسمت بهترین مکان برای شروع ساختن ثروت واقعی است. اما موانعی وجود دارد که جلوی اکثر مردم را گرفته است.

اول این که بیشتر مردم پول نقد لازم برای آغاز تجارت خود را ندارند. امروزه برای شروع تجارتی که مال شما است به‌طور متوسط پنج میلیون دلار لازم است. دوم این که از صفر شروع کردن برای ساختن تجارت خود یکی از مخاطره‌آمیزترین راههای ممکن است. شکست ظرف پنج سال اول ۹۰ درصد است و اگر شرکت تازه شما شکست بخورد، چه کسی پنج میلیون دلار زیان را متحمل می‌شود؟ در سالهای اول تجارت دوبار شکست خوردم و با این که به ورشکستگی دچار نشدم، بدون این که مانند بانکها کمک دولت درکار باشد، میلیونها دلار زیان دادم.

وقتی که تجارت خود را آغاز می‌کنید معمولا اجاره، آب و برق و سایر هزینه‌ها شامل حقوق کارمندان و کارپردازان باید توسط شما پرداخت شود وگرنه باید تجارت را تعطیل کنید. بنابراین تنها شما هستید که حقوق دریافت نمی‌کنید. با آغاز تجارتی تازه، حتی اگر موفق باشد، ممکن است پنج تا ده سال مجبور باشید بدون حقوق کار کنید.

فراموش نکنید که من و همسرم کیم در تویوتای کهنه می‌خوابیدیم. راحت نبود. می‌توانستیم با استخدام شدن به راحتی سقفی بالای سرمان داشته باشیم. اما با همهٔ بدبختیهایی که داشت و باور کنید که داشت، بی‌خانمان بودن را به استخدام شدن ترجیح دادیم زیرا آرزوی ما این بود که صاحب تجارت خود باشیم و درگوشهٔ صاحبان تجارتهای بزرگ باشیم.

اکثر مردم استقامت فکری، روحی، جسمی یا مالی برای تحمل چنین شرایطی را ندارند. ممکن است بی‌رحمانه باشد و معمولا هم همین طور است.

شعبه‌شرکتهای زنجیره‌ای شدن

شعبه شرکتهای زنجیره‌ای شدن قسمت عمده ریسک را از بین می‌برد. با خرید حق امتیاز شرکتهای زنجیره‌ای بزرگ مانند مک دونالد یا ساب‌وی احتمال موفقیت شما به‌صورت قابل توجهی بالا می‌رود و قسمت عمده‌ای از کار انجام شده است. اما باز هم با مشکل شماره یک روبه‌رو هستید. باید سرمایه اولیه داشته باشید. هزینه حق امتیاز این شرکتها بین یک‌صدهزار تا یک و نیم میلیون دلار یا حتی بیشتر است و قیمتش هم همین است. بعد هم باید برای آموزش، تبلیغ و حمایتی که از مرکز دریافت می‌کنید، ماهانه مبلغی بپردازید.

اما با همهٔ این حمایتها تولید ثروت زیاد تضمین نمی‌شود. خیلی وقتها در حالی که شعبه شما زیان می‌دهد، باز هم باید مبلغی را به مرکز بپردازید. حتی اگر شعبه موفقی باشید، احتمال آن است که تا چند سال اول حتی پول خود را نتوانید برگردانید. به علاوه از هر سه شعبه شرکتهای زنجیره‌ای یکی ناموفق است.

وقتی پدر فقیرم پنجاه‌ساله بود، آنقدر بی‌باک بود که نامزد انتخابات فرمانداری هاوایی شد. فرماندار وقت که پدرم علیه او فعالیت می‌کرد، رئیس او بود. پدرم نه تنها در انتخابات شکست خورد، بلکه رئیس او گفت که دیگر نمی‌خواهد با پدرم کار کند و او را اخراج کرد. پدرم هم تمام پس‌اندازش را جمع کرد و شعبه‌ای از یکی از شرکتهای زنجیره‌ای باز کرد که ظاهراً شکست نمی‌خورد.

شرکتی که قرار نبود شکست بخورد، شکست خورد. پدرم هم نه تنها شکست خورد، بلکه همه چیزش را از دست داد.

از نظر تئوری، شعبه شرکتهای بزرگ شدن عالی است. اما در عمل قمار است، قماری که برای نشستن سر میز آن باید کلی پول بپردازید.

قدرت درآمد غیر فعال

آیا تاکنون از دستشوییهایی استفاده کرده‌اید که برای مصرف کمتر آب طراحی شده‌اند؟ تا وقتی که با دست شیر آب را نگه‌دارید، آب می‌آید وگرنه آب قطع می‌شود.

درآمد اکثر مردم مانند شیر آب این نوع دستشوییهاست. کار می‌کنید تا کمی پول کسب کنید. به محض این که کار نکنید، پول قطع می‌شود. به این طریق هرگز آزادی اقتصادی به‌دست نمی‌آید. آنچه لازم دارید شیری است که پول آن قطع نشود و در صورتی که آن را رها کنید، به خودی خود پول تولید کند.

نه فقط امروز و فردا و هفته بعد، بلکه درآمد تامین شده برای همیشه لازم است. به این نوع درآمد، درآمد غیرفعال یادرآمد پسماند می‌گویند که مستمر است. این درآمد مدتها بعد از این که تلاش مالی شما متوقف شود، ادامه دارد.

پرش به گروه صاحبان شرکتهای بزرگ قدمی بزرگ در این جهت است. اما همهٔ تجارتها قادر به تولید درآمد غیرفعال نیستند. اگر رستوران دارید، تنها تا زمانی که غذا آماده کنید و به مشتریان بدهید درآمد دارید. اگر کولر و تهویه مطبوع تعمیر می‌کنید، تا زمانی که این نوع خدمات را ارائه دهید درآمد دارید. حتی پزشکان و وکلای پردرآمد نیز تا زمانی که بیمار یا موکل داشته باشند درآمد دارند. اگر به مدت یک هفته هیچ بیمار

و موکلی به دانش آنها نیاز نداشته باشد، آن هفته درآمد آنها مانند شیرآب فنری قطع می‌شود.

اکثر مردم به درآمد غیرفعال نیاز دارند. دونالد ترامپ و من ساختار بسیاری از تجارتها را بررسی کردیم و در کتاب می‌خواهیم شما ثروتمند شوید راههای درآمد غیرفعال را عنوان کردیم.

البته این تنها عنوان یک کتاب نیست. ما می‌خواهیم شما ثروتمند شوید. ثروت مانند یک بازی نیست که اگر یکی پولدار شود دیگری پول از دست می‌دهد. اگر شما ثروتمند شدید، پول من یا دونالد یا دیگری کم نمی‌شود. جهانی که در آن زندگی می‌کنیم وفور و فراوانی دارد و انرژی، مواد، نبوغ، خلاقیت و هدفمندی به اندازه کافی برای‌این که تمامی افراد روی زمین ثروتمند شوند، وجود دارد.

تا اینجا چه چیز را متوجه شدیم؟ اول این که یک نوع طرح تجارت است که از بقیه بالاتر است. این طرح درآمد غیرفعال تولید می‌کند، اما برای شروع به مقداری پول نقد نیاز داریم. هزینه آن نسبتا کم است و به‌صورت کار نیمه وقت می‌تواند درآمدی برای کارآفرین ایجاد کند که شغل خود را رها کند.

این طرح بازاریابی شبکه‌ای نامیده می‌شود و بقیه این کتاب در این مورد است.

قسمت دوم

یک تجارت و هشت دارایی تولیدکننده ثروت

هشت دلیل که بازاریابی شبکه‌ای
می تواند آینده شما را تامین کند

فصل هفتم

سالهایی که به تجارت مشغول بوده‌ام

باید افشاگری کامل کنم. هرگز در تجارت بازاریابی شبکه‌ای نبوده‌ام. توزیع‌کننده یا صاحب هیچ یک از شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای نیستم و نفع مالی در هیچ یک از این شرکتها ندارم و شرکت بخصوصی را تبلیغ نمی‌کنم. اما به عنوان یک قهرمان و مدافع بازاریابی شبکه‌ای سالها فعالیت کرده‌ام و علت آن را در این فصل توضیح می‌دهم.

اولین بار در سال ۱۹۷۵ دوستی از من دعوت کرد تا در نشستی شرکت کنم که به منظور معرفی یک فرصت تجاری جدید برگزار می‌شد. از آنجایی که به بررسی فرصتها و سرمایه‌گذاریهای جدید عادت داشتم، پیشنهاد او را پذیرفتم. اما از این که این نشست در منزل شَخصی برگزار می‌شد تعجب کردم.

به مدت سه ساعت درباره ارزش تاسیس تجارت شخصی به جای استخدام شدن سخنرانی ادامه داشت. با بیشتر نکاتی که مطرح شد موافق بودم. دست آخر دوستم نظرم را پرسید. گفتم: "جالب

است اما نه برای من."

در آن وقت به شدت گرفتار برپا کردن یک تجارت بودم. پس چرا بخواهم با دیگران تجارتی برپا کنم؟ به علاوه موضوع بازاریابی شبکه‌ای بود. واقعا معنی آن را نمی‌دانستم، اما فکر کردم که منظور آنها را می‌فهمم. در هرَ حال مطمئن بودم که به‌درد من نمی‌خورد.

پس از اولین نشست بازاریابی شبکه‌ای، طولی نکشید که تجارت کیف ورزشی من که با دو دوست شروع کرده بودم به شدت بالا گرفت. دو سال کار سخت نتیجه داد. موفقیت، شهرت و پول به من و دوستانم روی آورد. قسم خورده بودیم که تا سن سی‌سالگی میلیونر شویم و با سخت‌کوشی و فداکاری به هدف رسیدیم. (این به دهه هفتاد میلادی بر می‌گردد که یک میلیون دلار ارزش فراوان داشت.) از شرکت و تولیدات ما در مجله‌های سرفر، رانرز ورلد و جنتلمنز کورترلی مطلب نوشته بودند. در جهان کالاهای ورزشی اجناس ما مطرح و از سراسر جهان از ما جنس می‌خواستند. یک موفقیت کامل بود.

هرگز درباره بازاریابی شبکه‌ای فکر نکردم - یا حداقل یک دهه گذشت و درباره آن فکر نکردم.

باز شدن ذهن

سالها گذشت تا ذهنم آرام آرام باز شود. تجارت کاملا موفق پس از چند سال شکست خورد. این تجربه‌ای توام با شکست اما مثبت بود، زیرا چشمهایم را باز کرد تا بهتر به اطرافم نگاه کنم و سوالهای بیشتری بپرسم. تازه بیشتر چیزهایی را که پدر پولدارم به من یاد داد متوجه شدم و مال‌اندیشی پیدا کردم. طولی نکشید که تجارت موفق دیگر و بعد از آن

تجارتی دیگر شروع کردم که این بار شکست نداشتند.

متوجه شدم که موفقیت شخصی رضایت‌بخش است، اما وقتی کمک کنید تا عده زیادی به موفقیت شخصی برسند رضایت شما بیشتر هم می‌شود.

در آن سالها این فکر توجهم را به شدت جلب کرد که نه تنها خود ثروتمند شوم، بلکه به دیگران نیز کمک کنم تا آنها هم به ثروت برسند. متوجه شدم که موفقیت شخصی رضایت بخش است اما وقتی کمک کنید تا عده زیادی به موفقیت شخصی برسند رضایت شما بیشتر هم می‌شود.

ظرف پانزده سال بعد از آن، نکات منفی درباره بازاریابی شبکه‌ای می‌شنیدم که عمده آن از طرف افراد آشنا بود. در نهایت تصمیم گرفتم که خود آن را بررسی کنم.

در اوایل دهۀ نود میلادی با دوستی به نام بیل برخورد کردم که چندین میلیون دلار درآورده و بازنشسته شده بود. حین گفت و گو در کمال تعجب متوجه شدم که او در تاسیس یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای فعالیت دارد.

بیل بسیار زرنگ و دانا است. می‌دانستم که او تازه پروژه ساختمان سازی یک میلیارد دلاری را تمام کرده است. از او پرسیدم که چرا می‌خواهد در بازاریابی شبکه‌ای وارد شود.

بیل گفت: "سالهاست که مردم از او درباره سرمایه‌گذاری در ملک و املاک سوال می‌کنند. آنها می‌خواهند ببینند که آیا می‌توانند با من سرمایه‌گذاری کنند. اما نمی‌توانند، چرا که اکثر آنها پنجاه تا صدهزار دلار

لازم برای شرکت در سرمایه‌گذاری را ندارند. در واقع بسیاری از آنان اصلا پولی ندارند. برخی فقط دو ماه حقوق با ورشکستگی فاصله دارند. بنابراین به دنبال معاملات ارزان می‌گردند که نیازی به سرمایه‌گذاری ندارد و البته که این نوع سرمایه‌گذاری غلط است. در بازاریابی شبکه‌ای می‌توانم به مردم کمک کنم تا سرمایه لازم برای کارهای دیگر را به‌دست بیاورند. هر چه تعداد افراد بیشتر باشد، سرمایه‌گذار بیشتری دارم.»

وی افزود: «به علاوه دوست دارم با افرادی کار کنم که واقعا تشنهٔ یاد گرفتن و رشد هستند. کار کردن با افرادی که فکر می‌کنند همه چیز را می‌دانند، لطفی ندارد. این مشکل در معاملات ملکی اغلب برای من پیش می‌آید. افرادی که در بازاریابی شبکه‌ای با من کار می‌کنند اغلب از شنیدن عقاید جدید خوشحال می‌شوند.»

پس از چند دقیقه که از مکالمه ما گذشت، باید با عجله به فرودگاه می‌رفتم. اما طی ماههای بعد به مکالمه ادامه دادیم و هر چه بیشتر صحبت کردیم، نظرم نسبت به بازاریابی شبکه‌ای بهتر شد.

در سال ۱۹۹۴ تحقیق دقیق درباره این تجارت را آغاز کردم. به تمامی نشستها رفتم و با دقت گوش دادم. شرکتهای مختلف آن را با دقت مطالعه کردم و مدارک آنها را از نزدیک و با دقت زیاد، مانند سایر تجارتهایی که قصد سرمایه‌گذاری در آنها را داشتم، بررسی کردم. حتی به چند شرکت ملحق شدم تا از نزدیک کارهای آنها را ببینم تا از درون این شرکتها تجربه کسب کنم.

در نهایت وقتی با برخی از رهبران این شرکتها ملاقات کردم، از این که برخی از آنان باهوش‌ترین، مهربان‌ترین، اخلاقی‌ترین، مذهبی‌ترین و حرفه‌ای‌ترین افرادی بودند که در تمام زندگی تجاری خود دیده بودم،

حیرت زده شدم. وقتی پیش‌داوری را کنار گذاشتم و با افراد این شرکتها ملاقات کردم، به آنها احترام گذاشتم و احساس نزدیکی کردم. قلب این تجارت را درک کردم و از یافته‌هایم شگفت زده شدم.

اولین باری که در سال ۱۹۷۵ فرصت آشنایی با این شرکتها را داشتم، فکرم بسته بود. این بار پس از بیست و چند سال نظرم کاملا تغییر کرده است.

گاهی از من می‌پرسند: "چرا بازاریابی شبکه‌ای را به عنوان راهی برای تولید ثروت به مردم معرفی می‌کنید در حالی که خود شما از این راه ثروتمند نشده اید؟"

در واقع به همین دلیل که من ثروتم را از راه بازاریابی شبکه‌ای به‌دست نیاورده‌ام، می‌توانم تحلیلی عینی‌تر از این تجارت داشته باشم. به عنوان کسی که خارج از این تجارت است و پس از این که ثروت و آزادی اقتصادی خود را به‌دست آوردم، این تجارت را درک کردم.

اگر امروز قرار بود که از اول تجارت را شروع کنم، به جای این که از روشهای سنتی تجارت استفاده کنم، به بازاریابی شبکه‌ای روی می‌آوردم.

بازاریابی شبکه‌ای در واقع چیست؟

قبلا گفتم که هرگز به عنوان یکی از اعضای بازاریابی شَبکه‌ای درگیر کار نبودم، اما کسی را می‌شناسم که کار کرده و از او خواستم تا نظراتش را در این کتاب عنوان کند.

جان فلمینگ از دوستان من است که ابتدا مدتی به عنوان مهندس معماری برای مایس ون‌دِر روه کار می‌کرد. از آنجایی که مهندس معماری

بود، طراحی و ساختمان عملی در کارش دیده می‌شد و به همین دلیل است که روش برخورد او با بازاریابی شبکه‌ای را تحسین می‌کنم. به عبارت دیگر او کسی است که ارزش ساختمانی را که مدتها پابرجا باشد درک می‌کند.

جان چهل سال تجربه‌اش در بازاریابی شبکه‌ای را به این قسمت منتقل می‌کند. او صاحب و رئیس شرکت خودش است و در شرکتهای متفاوت از جمله پانزده سال سمت معاون منطقه‌ای و معاون راهبردی فروش، آموزش و توسعه در یکی از بزرگ‌ترین و معروف‌ترین شرکتها سمتهای اجرایی داشته است. او در گروههای مختلف تجاری فعالانه کار کرده و در سال ۱۹۹۷ از مؤسسه آموزش فروش مستقیم بالاترین جایزه ممتاز (جایزه گروه ممتاز) را دریافت کرده است. امروزه جان عنوان ناشر و سردبیر مجلهٔ دیرکت سلینگ نیوز را به عهده دارد. این مجله برای رؤسای بازاریابی شبکه‌ای و فروش مستقیم منتشر می‌شود.

رابرت: جان، برای خوانندگان که ممکن است کاملا اطلاع نداشته باشند، بازاریابی شبکه‌ای و اهمیت آن را توضیح دهید.

جان: بازرایابی شبکه‌ای از اواسط قرن گذشته به شکلهای مختلف وجود داشته است. فکر اصلی هم ساده و هم عالی است. به جای این که در آژانسهای حرفه‌ای مختلف و کانالهای‌بازاریابی متفاوت پول زیاد برای تبلیغ کالا و خدمات صرف کنیم، چرا پول را به افرادی ندهیم که کالا را می‌خواهند و به دیگران هم خبر می‌دهند؟

این دقیقاً کاری است که یک شرکت بازاریابی شبکه‌ای انجام می‌دهد. قسمتی از فروش هر کالا را به دایره نمایندگان مستقل می‌دهند که مشخصاً خود باشوق‌ترین و متعهدترین مشتریان آن کالا هستند.

رابرت: برای روشن شدن مطلب من نقش مخالف را بازی می‌کنم. چطور کار می‌کند؟ منظورم این است که آیا عده‌ای از مردم عادی که مهارت بازاریابی ندارند می‌توانند رقابت کنند و فروش قابل توجه تولید کنند؟

جان: در واقع زیبایی این کار همین است. هر بازاریاب حرفه‌ای، تهیه کننده هالیوود و شرکت غول‌آسا می‌دانند که قوی‌ترین راه تبلیغ توصیه مردم به یکدیگر است. به همین دلیل است که در تبلیغهای تلویزیونی افرادی را می‌آورند که مانند مادر، همسر، بهترین دوست یا کودکان شما حرف می‌زنند. آنها توصیه مردم به یکدیگر را تقلید می‌کنند.

در بازاریابی شبکه‌ای از کار واقعی استفاده می‌کنیم. قدرت اصلی این طرح همان "تغییر نسبت غیرمعین" است که خود تو رابرت به آن اشاره کرده‌ای. تغییر نسبت غیرمعین یعنی به عنوان نماینده شرکت نه تنها از کالاهایی که خودت می‌فروشی درصد می‌گیری، بلکه از کالاهای افرادی که توسط تو ارجاع شده‌اند، مستقیم و غیرمستقیم، درصد می‌گیری.

آیا واقعا عمل می‌کند؟ جواب آن‌را می‌دانید. فروش مستقیم

یا فروش بازاریابی شبکه‌ای امروزه بیش از ۱۱۰ میلیارد دلار سالانه در سراسر جهان است که تقریبا معادل اقتصاد زلاندنو، پاکستان یا فیلیپین است.(من اغلب موارد این طرح تجارت را با واژه‌های فروش مستقیم یا بازاریابی شبکه‌ای توصیف می‌کنم زیرا که امروزه بیشتر شرکتها فروش مستقیم را با تمرکز بر بازاریابی شبکه‌ای انجام می‌دهند. اما در این کتاب از بازاریابی شبکه‌ای استفاده می‌کنم.)

یکی از دلایل رشد ادامه دار فروش کل از بازاریابی شبکه‌ای، نفع طرفین است. سطح نفوذ در بازار و آگاهی مشتری از طریق بازاریابی شبکه‌ای به حدی است که از طریق فروش سنتی بسیار مشکل و پرهزینه است. به علاوه نماینده مستقل فرصت سود قابل توجه دارد.

چگونه کار می‌کند؟ با استفاده از قدرت توصیه مردم به یکدیگر و رابطهٔ بین اشخاص، شبکه‌ای اساسی ساخته می‌شود که کالاها یا خدمات شرکت را عرضه می‌کنند.

رابرت، شما دربارهٔ گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ صحبت می‌کنید که حداقل ۵۰۰ کارمند دارند. در بازاریابی شبکه‌ای کسی را استخدام نمی‌کنید، بلکه عده‌ای را به عنوان نمایندگان مستقل حمایت می‌کنید. اما پویایی اقتصادی همان است. وقتی که نمایندگان مستقل به ۳۰۰، ۴۰۰ و یا ۵۰۰ نفر برسند، سازمانی قوی شکل گرفته است که درآمد قابل توجهی دارد.

نظر دیگران درباره بازاریابی شبکه‌ای

همانطورکه جان می‌گوید، نتیجه بخش بودن این طرح است که آن را قدرتمند می‌کند و این هم تنها حرف ما نیست.

تام پیترز کارشناس معروف مدیریت و نویسنده کتاب پرفروش در جستجوی تعالی درباره بازاریابی شبکه‌ای می‌نویسد: "اولین حرکت انقلابی اصیل در بازاریابی از زمان آغاز بازاریابی نوین است که در دانشگاه بازرگانی هاروارد و شرکت پراکتر وگمبل بیش از ۵۰ سال قبل آغاز شد."

درباره موفقیت روزافزون بازاریابی شبکه‌ای در مجله‌های فوربس، فورچون، نیوزویک، تایم، یواس نیوز اند وورلد ریپورت، یو اس ای تودی، نیویورک تایمز و وال استریت ژورنال نوشته‌اند. پانزده سال قبل حتی یکی از این نشریات را نمی‌توانستید متقاعد کنید تا در این باره مطلبی بنویسد. حال به مقاله مجله فورچون توجه کنید که اخیرا درباره بازاریابی شبکه‌ای نوشته شده:

امروزه بازاریابی شبکه‌ای توسط بسیاری از کارشناسان و بازرگانان موفق به عنوان یکی از طرحهای تجاری با سریع ترین رشد شناخته شده است.

"آرزوی یک سرمایه‌گذار...مخفی‌ترین تجارت جهان...صنعتی با رشد سالانه مداوم، درآمد سالم، سود بالا در برابر سرمایه و دورنمای مثبت طولانی مدت برای گسترش جهانی است."

وارن بافه و ریچارد برانسون خیلی با هم تفاوت دارند. بافه سوار وانت می‌شود و در اوماها زندگی می‌کند. برانسون سوار خط هواپیمایی

خودش می‌شود و در جزیره‌اش در جزایر ویرجین بریتانیا زندگی می‌کند. اما آنها سه وجه اشتراک دارند. هر دو میلیاردر هستند. هر دو بسیار بسیار کاربردی هستند و هر دو شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای دارند.

آیا متوجه مطلب شدید؟

حدس بزنید سَیتی گروپ، جاکی، لوریل، مارس، رمینگتون و یونی لور همه چه وجه اشتراکی دارند؟ همهٔ آنها از چشمهٔ بازاریابی شبکه‌ای جرعه‌ای نوشیده‌اند و در بعضی موارد خود را در آن چشمه شستشو داده‌اند.

امروز بازاریابی شبکه‌ای توسط بسیاری از کارشناسان و بازرگانان موفق به عنوان یکی از طرحهای تجاری با سریع‌ترین رشد شناخته شده است.

فصل هشتم

درآمد داشتن اصل نیست، این داراییهایی هستند که تولید درآمد می‌کنند

تعجبی نیست که بسیاری از مردم ارزش بازاریابی شبکه‌ای را نمی‌دانند. حتّی بسیاری از کسانی که با آن درگیر بوده‌اند نیز دقیقاً ارزش آنچه را در دست دارند نمی‌دانند.

وقتی مردم درباره نشستهای بازاریابی شبکه‌ای می‌شنوند، اغلب سوال آنها این است: "اگر شروع به کار کنم سودش چقدر است؟" به همین دلیل است که وقتی صحبتهای افراد شرکت‌کننده را می‌شنوید، همه درآمد ماهانه را می‌خواهند.

دلیلی که مردم درآمد ماهانه را می‌خواهند این است که هنوز از نقطه نظر کارمندی یا شغل آزاد فکر می‌کنند. آنها می‌خواهند درآمد ماهانه ناشی از کارمندی یا شغل آزاد را جبران کنند.

اما ارزش واقعی بازاریابی شبکه‌ای در این نیست. مشکل این است که درآمدی که از کار به‌دست می‌آید به شدت محدود است و منحنی آن

خطی است. یک ساعت کار یک دلار، دو ساعت کار دو دلار. درآمد به کار شما وابسته است، پس هیچ وقت نباید دست از کار بکشید. همانطور که قبلاً گفتم، این یک تله است. اکثر مردم به‌صورت غیرارادی این مطلب را درک می‌کنند اما تصور می‌کنند که راه فرار از این تله، کار بیشتر است. اما درآمد بیشتر مَسئله وابستگی درآمد به شما را حل نمی‌کند. در واقع اغلب درآمد بیشتر تنها موجب تنگ‌تر شدن تله می‌شود.

گوشه‌های صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذار موجب به‌دست آوردن درآمد نمی‌شوند، بلکه درآمد را تولید می‌کنند.

حقیقت منزل شما

چیزهایی در نظر اکثر مردم دارایی هستند که در واقع تعهد و بدهی به شمار می‌روند. چطور بفهمیم که دارایی داریم یا بدهی، سرمایه قابل نقد شدن است یا بی‌ارزش است؟ به عبارت دیگر آیا پول به جیب شما واریز می‌شود یا این که از جیب شما می‌رود؟ هر کاری یا پول اضافه می‌کند یا پول از بین می‌برد. اگر چیزی برای شما تولید پول نمی‌کند پس دارایی نیست و بدهی است.

سالها گذشته و مردم خانه‌هایشان را گرو گذاشته‌اند تا بدهیهای کارتهای اعتباری را پرداخت کنند، مسافرت بروند، خودروهای شاسی بلند بخرند و کارهای دیگر کنند. شاید شما هم همین کار را کرده‌اید. اگر شما هم جزء این گروه هستید، خانه را دارایی حساب کرده‌اید و مانند یک کارت اعتباری با در و پنجره به آن نگاه می‌کنید.

بگذارید معنی دارایی را برایتان توضیح بدهم. اکثر مردم آنقدر در این مورد گیج شده‌اند که معنی آن را وارونه فهمیده‌اند. آنها فرهنگ لغت را

باز می‌کنند و معنی آن را "چیزی که ارزش داشته باشد" می‌بینند. شاید درست باشد. اما مشکل لغت ارزش داشتن است. سوال:

خانه شما چقدر ارزش دارد؟

قبل از این که پاسخ بدهید، این سؤال را طور دیگری می‌پرسم:

درآمد ماهانه شما از خانه‌تان چقدر است؟

به احتمال زیاد پاسخ شما این است: "هیچ. در واقع هر ماه پول هم صرف تغییرات، تعمیرات و حفظ آن می‌کنم." دقیقاً همین است. زیرا خانه شما دارایی نیست بلکه بدهی است.

می‌گویید: "صبر کن ببینم. خانه من دویست‌هزار دلار ارزش دارد!"

واقعا؟ کی؟ وقتی که در تاریخی فرضی آن را بفروشید؟ پس کجا زندگی خواهید کرد؟ آیا پول فروش خانه را برای خانه‌ای دیگر صرف می‌کنید؟ البته که این طور است. پس ارزش واقعی درآمدی که بتوانید دردست بگیرید و برای سرمایه‌گذاری در جای دیگر استفاده کنید کجاست؟ در واقع درآمدی نیست. خانه شما دارایی نیست، بلکه سوراخی است در زمین که باید پول خرج آن کنید.

چطور فرق دارایی با سوراخی در زمین را تشخیص دهیم

تعریف فرهنگ لغت را چند لحظه فراموش کنید. بیایید زندگی واقعی را در نظر بگیریم. دارایی چیزی است که برای شما کار کند تا بقیه عمر

خود را صرف کارکردن نکنید. پدر فقیرم همیشه می‌گفت: "برای شغلت کارکن." پدر پولدارم می‌گفت: "دارایی تولیدکن."

زندگی درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ قدرت دارد زیرا وقتی تجارتی را برقرارکردید، در واقع دارایی ایجاد می‌کنید.

در تجارت پدَر پولدارمان اداره‌هایی در سراسر جهان داریم. چه کار کنم یا بخوابم یا گلف بازی کنم، چکهای قابل وصول سرازیر می‌شوند. این درآمد غیرفعال یا پسماند است. در حالی که برای یک شغل کار نمی‌کنم. برای تولید دارایی سخت کار می‌کنم، زیرا طرز فکر من مانند افراد ثروتمند و نه طبقهٔ کارگر است.

از آنجایی که داشتن یک تجارت یعنی دارایی، وقتی که تجارت بازاریابی شبکه‌ای برپا می‌کنید، نه تنها مهارتهای حیاتی زندگی را فرا می‌گیرید، بلکه برای خود دارایی واقعی ایجاد می‌کنید. در یک شغل شما درآمد به‌دست آورید. در بازاریابی شبکه‌ای به جای این که درآمد تولید کنید، دارایی تولید می کنند که تولیدکننده درآمد است.

من تنها در چیزی سرمایه‌گذاری می‌کنم که درآمد داشته باشد. اگر درآمد دارد، پس دارایی است و اگر باید پول خرج آن کنم، پس بدهی است. دو خودرو پورشه دارم که هر دو بدهی هستند. صاحب آنها هستم اما پولی به جیب من واریز نمی‌کنند، بلکه از جیب من پول می‌برند. فهم این مطلب علم نجوم نمی‌خواهد.

برای افرادی که این مطلب را درک می‌کنند، اولین دارایی معمولا تجارت است و دوم ملک و املاک. حتی در ملک و املاک باید تفاوت گردش وجوه و افزایش ارزش سرمایه را بدانید. اکثر افراد این تفاوت را تمیز نمی‌دهند. وقت سرمایه‌گذاری، در افزایش ارزش سرمایه

سرمایه‌گذاری می‌کنند. می‌گویند: "ارزش خانه من بالا رفته است. ارزش خودرو من بالا رفته است." این افزایش ارزش سرمایه است، و نه گردش وجوه.

هدف از خرید ملک داشتن دارایی است نه این که با فروش آن سود به‌دست بیاورید. اگر قسمتی از یک ملک را صدهزار دلار خریداری کنید و بعد آن را به دویست هزار دلار بفروشید، در واقع صد هزار دلار افزایش ارزش سرمایه دارید، اما دارایی شما تغییری نکرده است. برای تولید سرمایه باید دارایی داشته باشید. در واقع با این کار شما یک دارایی را از بین برده‌اید. مانند این است که گاوی را برای پول بفروشید. اما من ترجیح می‌دهم گاو را نگه دارم و شیر آن را بفروشم.

بزرگ‌ترین مشکل استخدام شدن همین است. شغل دارایی نیست. نمی‌توانید آن را در "ئی بی" بفروشید. نمی‌توانید آن را اجاره بدهید و از آن سود سهام به‌دست نمی‌آید. چرا باید دهها سال و آن هم بهترین سالهای زندگی‌تان را صرف ساختن چیزی کنید که دارایی نیست؟ یا بهتر بگویم، برای دیگری دارایی بسازید.

اشتباه نکنید. وقتی استخدام می‌شوید، شما دارایی تولید می‌کنید ـ اما مال شما نیست.

داشتن شغل خوب را به عنوان یک ارزش در مغز ما فرو کرده‌اند، اما هیچ ارزشی ندارید ـ ارزش آن صفر است. بدتر این که درآمد شما را با مالیاتی که بیش از اشکال دیگر درآمد است کم می‌کنند. در واقع همه چیز علیه شما است. اما باز هم برخی از افراد برای "امنیت و ثبات" شغلی حاضرند این بها را بپردازند.

اصل بازاریابی شبکه‌ای فروش کالا یا به‌دست آوردن درآمد نیست!

بزرگ‌ترین سوءتفاهم درباره بازاریابی شبکه‌ای این است که اصل این تجارت بر پایهٔ فروش کالا است. اما فروش کالا تنها کسب درآمد دارد. مشکل این استَ که چنانچه فعالیت نکنید، درآمد متوقف می‌شود.

یک فروشنده شغل دارد. اگر پشت صندوق یک فروشگاه بزرگ کار کنید، درگوشهٔ کارمندان هستید. اگر تجارت شما مال خودتان است، مثلاً بیمه، خانه و یا جواهرآلات می‌فروشید، درگوشه شغل آزاد قرار گرفته‌اید. اما در هر دو صورت شغل دارید و شغل شما فروش است.

این نمی‌تواند سرمایه و آزادی اقتصادی به بار بیاورد. در واقع شما به شغل دیگری احتیاج ندارید، بلکه باید آدرس خود را تغییر دهید و در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ قرار بگیرید.

جان: رابرت، این دقیقاً درست است. افراد اغلب تصور می‌کنند که فروش خیلی زیاد در این تجارت موفقیت محسوب می‌شود. اما اصل بازاریابی شبکه‌ای در فروش بالای یک نوع کالا نیست. هر قدر هم که فروشنده خوبی باشید، ساعات روز محدود است و بیشتر مردم هم فکر می‌کنند که فروشنده خوبی نیستند.

در بازاریابی شبکه‌ای اصل مطلب فروش یک کالا نیست بلکه ایجاد یک شبکه است. شبکه‌ای از افرادی که همه نمایندگی یک نوع کالا یا خدمات را دارند.

هدف این نیست که شما یا افراد دیگر تعداد زیادی کالا بفروشید،

بلکه هدف این است که افراد بسیاری بهترین فروشنده خودشان باشند و به تعداد معقولی از مشتریان کالا بفروشند یا خدمات بدهند، افراد بسیاری را جذب و آموزش دهند تا آنها نیز به نوبه خود همین کار را انجام دهند.

دلیل ایجاد شبکه‌ای از نمایندگان مستقل داشتن درآمد غیرفعال است که دارایی محسوب می‌شود.

در فصل سیزده از جان سؤال می‌کنم تا دلیل این را که بازاریابی شبکه‌ای مربوط به فروش یا فروشنده بودن نیست کاملا توضیح دهد. امیدوارم که به این مسئله توجه کافی داشته باشید زیرا نکته‌ای کلیدی است که خیلی‌ها متوجه آن نیستند. فعلا نکته‌ای که می‌خواهم بر آن تاکید شود این است: بازاریابی شبکه‌ای برای درآمد بیشتر نیست، بلکه به منظور تولید دارایی است.

در واقع بازاریابی شبکه‌ای به ایجاد هشت دارایی مربوط می‌شود که همه به‌صورت همزمان با هم ایجاد می‌شوند. در فصلهای بعدی به این داراییها می‌پردازیم.

فصل نهم

دارایی اول: آموزش تجارت برای زندگی واقعی

باید اعتراف کنم که در خواندن کند هستم. مطالعه من زیاد است اما خیلی کند هستم و اغلب برخی ازکتابها را باید دو یا سه بار بخوانم تا آنها را متوجه شوم. مطلب دیگر این که در نگارش خیلی ضعیف هستم و در واقع دو بار در نگارش در دبیرستان رد شدم.

به نظر شما عجیب نیست دانش‌آموزی که با نمره "ج" در درس نگارش در دبیرستان رد شده و امروز هم از نظر نگارش ضعیف است، هفت کتاب در فهرست پرفروش‌ترین کتابهای نیویورک تایمز داشته باشد؟!

منظورم این است که نمره‌های خوب کافی نیستند. البته اشتباه نکنید، نمی‌خواهم داشتن تحصیلات خوب را کم‌اهمیت کنم. به آموزش و پرورش اعتقاد دارم و در واقع شوق و اشتیاق من به آموزش و پرورش است. اما آموزش و پرورشی که من به آن اعتقاد دارم، واقعا چیزی را به شما یاد می‌دهد که موجب موفقیت شما در زندگی‌تان می‌شود.

مهمترین دلیل من برای توصیه تاسیس بازاریابی شبکه‌ای به دیگران وجود کالاهای عالی نیست که می‌تواند زندگی افراد را تغییر دهد. حتی دلیل آن پولی نیست که می‌تواند آزادی اقتصادی شما را فراهم کند.

بله، درست است که کالاهای این تجارت اغلب عالی هستند و من اهمیت زیادی بَرای راه تولید ثروت قائل هستم. اما اینها مهمترین منافع این تجربه نیستند. مهمترین ارزش این تجربه آموزش تجارت برای زندگی واقعی است.

سه نوع تحصیلات

اگر می‌خواهید از نظر اقتصادی موفق شوید سه نوع تحصیلات باید داشته باشید: مدرسه‌ای، حرفه‌ای و اقتصادی.

تحصیلات مدرسه‌ای به شما خواندن و نوشتن و ریاضیات را یاد می‌دهد. این تحصیلات اهمیت بسیار، بویژه در جهان امروز دارد. شخصاً در این نوع تحصیلات موفق نبودم و همانطور که گفتم، بیشتر اوقات سطح نمره من "ج" بود زیرا به آنچه درس می‌دادند علاقه نداشتم.

تحصیلات حرفه‌ای به شما راه درآمد داشتن را یاد می‌دهد. به عبارت دیگر شما را برای گوشه‌های کارمندی و شغل آزاد آماده می‌کند. در حین جوانی افراد باهوش می‌خواستند پزشک، وکیل و حسابدار شوند. گروهی به مدارس حرفه‌ای رفتند تا دستیار پزشک، لوله‌کش، ساختمان‌ساز، برق‌کار و تعمیرکار خودرو بشوند.

در این قسمت هم موفق نبودم. از آنجایی که در تحصیلات مدرسه‌ای موفق نبودم، برای این که پزشک، وکیل یا حسابدار شوم تشویق نشدم. در عوض افسر کشتی و بعد خلبان چرخ بال شدم که در ویتنام تفنگداران

آمریکایی را حمل می‌کردم. وقتی که ۲۳ ساله شدم، دو حرفه بلد بودم: یکی به عنوان افسر کشتی و دیگری خلبانی، اما از هیچ کدام برای درآمد استفاده نکردم.

تحصیلات اقتصادی به شما یاد می‌دهد که پول‌تان برای شما کار کند نه این که شما برای پول کار کنید. شاید فکر کنید که در مدرسهٔ تجارت آموزشهای اقتصادی به شما می‌دهند. اما اصلا این گونه نیست. در مدرسه تجارت و بازرگانی معمولا باهوش‌ترینها را برای این که رئیس اجرایی تجارت پولدارها شوند آموزش می‌دهند. به عبارت دیگر آنها دانشجویان خود را برای کسب بالاترین مشاغل آزاد آموزش می‌دهند ـ اما هنوز هم در قسمت شغل آزاد هستند.

بعد از این که از ویتنام بازگشتم، تصمیم گرفتم به تحصیلاتم ادامه دهم و در رشتهٔ مدیریت بازرگانی فوق‌لیسانس بگیرم. اما پدر پولدارم مرا منصرف کرد. او گفت: "اگر فوق‌لیسانس مدیریت بازرگانی از دانشگاه سنتی بگیری، تو را برای این که کارمند پولدارها شوی آموزش می‌دهند. اگر می‌خواهی خودت ثروتمند شوی، نیازی به تحصیلات آکادمیک نداری، بلکه به تحصیلات اقتصادی زندگی واقعی نیاز داری."

مهارتهای مهم

کارآفرین بودن و درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ قرارگرفتن کار آسانی نیست. در واقع ساختن تجارتی که درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ باشد یکی از سخت‌ترین چالشهای انسان است. به همین دلیل است که بیشتر مردم درگوشه‌های کارمندی و شغل آزاد هستند. اگر آسان بود، همه همین کار را می‌کردند.

اگر می‌خواهید در یک تجارت موفق باشید، باید مهارتهای فنی لازم آن را یاد بگیرید که احتمالا در مدرسه به شما یاد نمی‌دهند. برای نمونه، توانایی برنامه‌ریزی و دستور کار خود را تنظیم کردن از این قبیل است. اهمیت این مطلب بیش از آن است که به نظر می‌رسد. افرادی که وارد بازاریابی شبکه‌ای می‌شوند گاهی این تجربه را مانند شوک فرهنگی ذکر می‌کنند، زیرا عادت کرده‌اند که به آنها گفته شود چه بکنند و چه نکنند. در گوشهٔ کارمندی هر قدر هم که سخت کار کنید، برای هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، تنظیم دستور کار، استفاده درست از وقت و اجرای یک سری اقدامات مثمر ثمر، مطلقاً تجربهٔ کافی ندارید.

تعداد کسانی که این مهارتهای اولیه را ندارند حیرت‌انگیز است. حیرت‌انگیز است اما نباید تعجب کرد. آخر در گوشهٔ کارمندی به این مهارتها نیاز ندارند. اما اگر وارد گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ شوند، این مهارتها ضروری هستند. درست به همان اندازه اهمیت دارند که کنترل دسته چک بانکی و حسابهای مالی و بررسی گزارش سالانه شرکت اهمیت دارد.

مزایای مالیات و درسی که از آن می‌گیریم

افرادی که با بازاریابی شبکه‌ای تازه آشنا می‌شوند، اغلب با مشاهدهٔ اهمیت مزایای مالیاتی با توجه به کارکردن از داخل خانه، تعجب می‌کنند.

افراد ثروتمند معمولا مزایای مالیاتی متعدد دارند که دیگران ندارند و اکثر مردم تا حدی این مطلب را شنیده‌اند اما از آنجایی که بیشتر عمر خود را در گوشهٔ کارمندی گذرانده‌اند، مشخصا مفهوم آن را نمی‌دانند و از

عملکرد آن بی‌خبرند. بنابراین افراد اغلب از این که می‌بینند خود آنها هم می‌توانند مزایای مالیاتی مشابه ثروتمندان داشته باشند و از همان روزهای اول درآمد زیادی به جیب آنها می‌رود، تعجب می‌کنند.

با تغییرات اخیر در نظام مالیاتی، و طرح و برنامه‌ریزی بیمه‌های مختلف برای تجارتهای کوچک و شغل آزاد، مزایای شخصی شما از هر وقت دیگر بهتر شده و حتی بیش از شرکتهای بزرگ و استاندارد شده است. با آغاز فعالیت بازاریابی شبکه‌ای در وقت آزاد خود و ادامه شغلی که از قبل داشته‌اید، می‌توانید از مزایای مالیاتی افراد پولدار استفاده کنید. کسی که در وقت آزادش تجارتی دارد، می‌تواند هزینه‌های مختلف را از مالیاتش کم کند.



هزینهٔ خانه و اداره، هزینهٔ خودرو و بنزین، هزینهٔ رایانه در منزل، هزینهٔ اینترنت و تلفن، هزینهٔ سفر و هتل، و هزینهٔ استفاده از وسائل مختلف نمونه‌هایی هستند از چیزهایی که ما مجبور به هزینه کردن هستیم و می‌توانند به‌صورت قانونی از مالیات کسر شوند در صورتی که تجارت بازاریابی شبکه‌ای را آغاز کنید توجه داشته باشید که اینها فقط برای نمونه هستند و برای مسائل مالیاتی خود باید با افراد کارشناس تماس بگیرید.

برای نمونه می‌توانید هزینه خودرو، بنزین، برخی وعده‌های غذا و تفریحات را از مالیات کم کنید. البته باید با یک حسابدار قسم‌خورده مشورت کنید تا به‌صورت دقیق توضیح دهد. بعد از مشورت با حسابدار، متوجه می‌شوید که حتی هزینه حسابدار هم از مالیات کم می‌شود. به عبارت دیگر دولت در واقع برای مشورت با افراد کارشناس به شما معافیت مالیاتی می‌دهد تا چطور مالیات کمتر به دولت بدهید.

یکی از زیباییهای بازاریابی شبکه‌ای این است که نقاب از چهره راز کنار زده می‌شود و زندگی در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ را به شما نشان می‌دهد.

منظورم این نیست که فقط مزایای اقتصادی تاسیس یک تجارت جدید را در رابطه با کاهش مالیات توضیح دهم. بلکه می‌خواهم این نکته را بدانید که بسیاری از مردم حتی تصور زندگی در گوشهٔ صاحبان

شرکتهای بزرگ را هم ندارند.

عمده مردم فکر می‌کنند که صاحبان شرکتهای بزرگ در یک سیاره دیگر زندگی می‌کنند و به همین دلیل است که وقتی از مزایای مالیاتی خبردار می‌شوند، حیرت‌زده می‌شوند. یکی از زیباییهای بازاریابی شبکه‌ای این است که نقاب از چهره راز کنار زده می‌شود و زندگی در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ را به شما نشان می‌دهد.

به تحصیلات تجاری زندگی واقعی خوش آمدید.

مهارتهای زندگی

وقتی صحبت از به‌دست آوردن موفقیت تجاری می‌شود، تنها مهارتهای فنی مهم نیستند. از آنها مهمتر مهارتهای زندگی هستند که زندگی درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ را مشخص می‌کنند. کلید زندگی موفقیت‌آمیز و طولانی‌مدت، مهارتها و تحصیلات، تجربه‌های زندگی و از همه مهمتر صفات شخصی شما هستند.

مثلا من باید بر شک، خجالت و ترس خود از رد شدن غلبه می‌کردم. بلند شدن پس از زمین خوردن یکی از مهارتهای توسعهٔ نفس است که باید یاد می‌گرفتم. پس از هر شکست باید از زمین بلند می‌شدم. صرف نظر از این که بازاریابی شبکه‌ای یا شعبه شرکتهای بزرگ و یا کارآفرینی هدف شما باشد، برای موفقیت درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ باید خصیصه‌های مشخصی را دارا باشید.

اگر این خصیصه‌ها را در مدرسه یاد نگرفته‌اید و در محل کار هم با آنها آشنا نشده‌اید و به هنگام رشد در محیط خانواده هم به شما یاد نداده‌اند، پس از کجا باید یاد بگیرید؟ از کجا تجارتی را پیدا می‌کنید که تحصیلات

و توسعه نفس لازم را به شما یاد داده و تجارت شما را توسعه بدهد؟
بازاریابی شبکه‌ای توانایی انجام این کار را دارد.

جان: رابرت، جالب است که همیشه تحصیلات تجاری را به عنوان مهمترین مزیت در تجارت خود می‌دانی و من فکر می‌کنم که در این زمینه شایستگی زیاد داری. اغلب افراد مهارتهای لازم را یاد می‌گیرند و از طریق تجربه در بازاریابی شبکه‌ای توسعهٔ نفس پیدا می‌کنند. در حالی که این تجربه را ممکن است در هیچ جای دیگر به‌دست نیاورند.

بازاریابی شبکه‌ای به افراد نحوه غلبه کردن بر ترسهایشان، راه برقرار کردن ارتباط، راه فهمیدن روانشناسی افرادی که همیشه‌به آنها جواب منفی می‌دهند و نحوه مصر بودن در برابر رد شدن و سایر چالشهای زندگی را یاد می‌دهد.

برخی از مهارتهای حیاتی که در تحصیلات زندگی واقعی از طریق بازاریابی شبکه‌ای آموزش داده می‌شود به شرح زیر است:

- طرز فکر موفقیت‌آمیز
- طرز لباس پوشیدن موفقیت‌آمیز
- غلبه بر ترس، شک و عدم اعتماد به نفس
- غلبه بر ترس از رد شدن
- مهارتهای برقرار کردن ارتباط
- مهارتهای قومی
- مهارتهای تنظیم وقت

- مهارتهای مسئولیت پذیری
- هدفمند بودن کاربردی
- مهارتهای استفاده از پول
- مهارتهای سرمایه‌گذاری

شرکتهای خوب بازاریابی شبکه‌ای برای آموزش در تمامی این زمینه‌ها برنامه‌ای محکم فراهم می‌کنند. به نظر روی این تحصیلات قیمت نمی‌توان گذاشت.

در واقع در هیچ جا نمی‌توانید موقعیتی پیدا کنید که حتی با پرداخت پول همهٔ این مهارتها را به شما آموزش دهند چه برسد به این که برای آن پول هم بپردازند.

در بازاریابی شبکه‌ای یک جمله همیشه استفاده می‌شود: "جایی که ضمن آموزش پول در می‌آورید." این جمله خیلی جالب است. زیرا نکته اصلی تجارت را مطرح می‌کند که با انجام آن یادگیری صورت می‌گیرد نه این که سالها در کلاس درس باشید.

بازاریابی شبکه‌ای مدرسه تجارت زندگی واقعی برای افرادی است که می‌خواهند مهارتهای زندگی واقعی یک کارآفرین و نه یک کارمند را فرا بگیرند.

در بازاریابی شبکه‌ای آموزش تنها تئوری نیست، بلکه به‌صورت تجربی آموزش می‌بینید. صرف نظر از این که به راس یک برنامه مشخص برسید یا این که درآمد زیادی‌نصیب شما شود، خود آموزش برای بقیه

زندگی شما ارزش فراوانی دارد. بسیاری از مردم با آموزش و تجربه‌ای که از بازاریابی شبکه‌ای به‌دست آورده‌اند، در تجارتهای دیگر موفقیت چشمگیر داشته‌اند.

نکته اصلی و بزرگ‌ترین دلیل توصیه من ظرف ده سال گذشته برای روی آوردن به این تجارت همین است. وقتی که به یک شرکت موفق در زمینه بازاریابی شبکه‌ای روی می‌آورید، آنها نه تنها به شما وسیله‌ای می‌دهند که آن را برانید، بلکه بستری فراهم می‌سازند که برای رسیدن به موفقیت، مهارتها و ویژگیهای لازم را بیاموزید.

بازاریابی شبکه‌ای مدرسه تجارت زندگی واقعی برای افرادی است که می‌خواهند مهارتهای زندگی واقعی یک کارآفرین و نه یک کارمند را فرابگیرند.

فصل دهم

دارایی دوم: راهی سودمند برای توسعهٔ نفس

می‌دانم چه فکر می‌کنید. می‌گویید: "کیوساکی، آیا ساده شده‌ای؟ این صحبتهای احساساتی چیست و منظور از راه توسعه نفس چیست؟ به گروه رویارویی نیاز ندارم. می‌خواهم به هدف برسم و ثروت تولید کنم نه این که سرود مذهبی "نزدم بیا" بخوانم!"

تند نروید! ساده بازی نیست و اتفاقا واقع‌بین هستم. ثروتمند شدن تنها به این نیست که سکه خوش‌شانس در ماشین قمار بیندازید و پولها را ببرید. راه درآمد جانبی هم به این راحتی‌ها نیست. باید در ارزشهای اصلی خود تغییر ایجاد کنید. نه تنها عمل خود را تغییر دهید، بلکه ماهیت خود را باید عوض کنید.

دوست من دونالد ترامپ یک میلیاردر است، اما در زمان سقوط بازار ملک نزدیک بود همهٔ ثروتش را از دست بدهد. او صحبت از بدهی نه میلیارد و دویست میلیون دلار می‌کرد. او می‌گوید: "در خیابان از کنار گدایی رد می‌شدم و متوجه شدم که ثروت او نه میلیارد و دویست میلیون

دلار بیش از من است." اما طولی نکشید که او دوباره سرپا بود. علت ماهیت او و درست‌تر بگویم، ماهیتی است که به‌دست آورد.

تجربه من هم همینطور است. قبل از سی سالگی میلیونر شدم. اما دو سال بعد شرکت من کاملا ورشکسته شد. از دست دادن شرکت تجربه‌ای خوشایند نیست، اما تجربه‌ای باارزش است. از آن سالها درسهای بسیار دربارهٔ تجارت و حتی خودشناسی یادگرفتم.

بعد از شکست، پدر پولدارم گفت: "پول و موفقیت افراد را مغرور و احمق می‌کند. حال که فقر و افتادگی درکنار توست، می‌توانی دوباره دانش‌آموز باشی و یاد بگیری." حق با او بود. درسهایی که از آن تجربه گرفتم قیمت نداشت. ساختن و از دست دادن تجارتی که در سطح جهان بود، آموزش زندگی واقعی را به من داد که در نهایت موجب ثروت من شد. از این مهمتر این‌که این تحصیلات موجب آزادی من شد. از همه مهمتر فهمیدم که این آموزش برای پول و تجارت نبود، بلکه برای خودم بود.

از جان چند سؤال می‌کنم و اگر پاسخهای او همان باشد که در ذهن من است، منظورم را متوجه خواهید شد.

رابرت: جان، واضح است که همهٔ کسانی که وارد بازاریابی شبکه‌ای می‌شوند به یک اندازه موفق نمی‌شوند. به نظر شما مهمترین علت شکست افراد در بازاریابی شبکه‌ای چیست؟

جان: موفقیت از نظر مردم تعاریف متفاوتی دارد. چیزی که برای یک نفر مهم است، برای دیگری اهمیت ندارد. برخی از

افراد با افزودن به درآمد فعلی خود راضی می‌شوند و برخی به دنبال فرصت تجاری هستند تا توانایی تولید درآمد و اهداف زندگی خود را کاملا از این رو به آن رو کنند. شکست را باید به‌صورت عمده تعریف کرد. درآمد هزار دلاری در ماه برای کسی که می‌خواهد تجارتی بزرگ تولید کند، شکست محسوب می‌شود. اما برای کسی که می‌خواهد درآمد اضافی برای هزینه‌هایش تامین کند موفقیت است.

صرف نظر از هدف افراد، می‌دانیم که آنهایی که در بازاریابی شبکه‌ای مصر هستند، روز به روز بهتر می‌شوند. در واقع تنها راه شکست افراد ترک این تجارت است.

اما این هم نیاز به دقت کامل دارد. اگر کسی از نمایندگی استعفا دهد و رسما اعلام کند که تجارت را رها می‌کند، در واقع خودش را تسلیم کرده است.

این پاسخ دقیقا همان چیزی است که من فکر می‌کردم و همان چیزی است که در اول این کتاب گفتم. مسئله نوع تجارت شما نیست، بلکه تغییر دادن خود شماست. می‌توانم تجارتی عالی به شما نشان دهم اما برای رشد این تجارت خود شما باید رشد کنید.

برنده و بازنده خود شما هستید

جان دو واژه مختلف را به کار می‌برد: یکی تسلیم شدن و دیگری شکست خوردن.

هر یک از ما بعد برنده و بعد بازنده داریم. من هم همین طور هستم.

برنده و بازنده در وجودم هست و اغلب با هم رقابت می‌کنند. دلیلی که اغلب مردم به جای این که موفق شوند تنها روزگار را سپری می‌کنند این است که بعد بازنده آنها غلبه می‌کند. اما من این طور نیستم و بر بعد برنده‌ام فشار وارد می‌کنم تا خود را نشان دهد.

از کجا می‌توان فهمید که بعد بازنده صحبت می‌کند؟ اگر جمله "توانش را ندارم." یا "خیلی ریسک دارد." یا "اگر شکست بخورم چه می‌شود؟" را می‌شنوید، پس بعد برنده مغلوب می‌شود و بعد بازنده تنها به امنیت و سلامت فکر می‌کند.

عجیب است. بازنده صحبت از امنیت و سلامت می‌کند و در نهایت ما را در شغلی گرفتار می‌کند که زندگی بدون امنیت و سلامت به دنبال دارد. کجای هفته‌ای چهل ساعت کار کردن برای یک شرکت که احتمالا ظرف چند سال آینده شما را اخراج می‌کند، یا وابسته کردن درآمد خود به حسابهای بازنشستگی ۴۰۱ که توسط صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک یا برنی مدوف بالا کشیده شود، امنیت دارد؟

درون همهٔ ما بازنده و برنده، آدم پولدار و فقیر، کسی که ورزش می‌کند و کسی که تنبل است، وجود دارد. این درگیری ادامه دارد. دلیل پیوستن به بازاریابی شبکه‌ای حمایت از برنده در درون خود است تا قد عَلَم کند و رویش بتوان حساب کرد. دوستان شکست‌خورده شما می‌خواهند شما هم روی مبل دراز بکشید و با هفته‌ای چهل ساعت کار امنیت اقتصادی داشته باشید زیرا که اگر مانند آنها باشید، دیگر آنها را به چالش جدید دعوت نخواهید کرد. تیم بازاریابی شبکه‌ای شما خواهان پیشرفت شماست و می‌خواهد از آنچه هستید قدمی فراتر بگذارید. از تاریخچه خود فراتر بروید و استثنایی‌تر و خارق‌العاده‌تر از آنچه هستید، بشوید.

گفتن "توانایی‌اش را ندارم" یا "خیلی گران است" یا "فقط مزایای من را بدهید. نمی‌خواهم این قدر سخت کار کنم و ریسک داشته باشم." آسان است. اما این طرز صحبت بازنده است.

از این حقیقت ناراحت نشوید. زیرا همهٔ ما اینها را در وجودمان داریم. من هم دارم و گاهی وقتها کنترل را ولو به مدتی کوتاه، در دست می‌گیرد. هر روز صبح باید انتخاب کنم. کدام قسمت، پولدار یا فقیر باید بیدار شود؟ برنده یا بازنده، کدام باید بیدار شود؟ این نبرد ماست.

در واقع هر کدام از ما انواع خصیصه‌ها را در درون خود داریم و این که چه کسی می‌خواهیم باشیم. من می‌خواستم از نظر ازدواج موفق باشم و نقشی در جهان داشته و از نظر روحی آزاد باشم.

هر بار که ترسها، شکها و نقاط ضعف نفس ما پیروز می‌شود، قسمت بازنده است که بیرون می‌آید. اگر تشریک اهداف را یاد بگیریم و داستانی مؤثر و قوی نقل کنیم، غلبه بر قسمت بازنده و پیروزی و نمایان کردن قسمت برنده را یاد می‌دهیم. اگر نقل داستانی مؤثر را یاد بگیریم، در واقع نشان دادن قسمت برنده را یاد می‌گیریم.

اغلب مردم توانایی ادامه دادن و حل ناامیدیها را ندارند و هرگز نمی‌توانند هدف اصلی را دنبال کنند. مهارت لازم را هرگز به آنها یاد نداده‌اند. اما این خیلی مهم است. مهارتی که بتوانند درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ زندگی کنند، مانند یک کارآفرین فکر کنند واین مهمترین خصیصه است که در تجارت بازاریابی شبکه‌ای می‌توان به‌دست آورد.

وقتی برای شرکت زیراکس کار می‌کردم، دو سال کامل طول کشید تا بتوانم وارد محدوده قدرتم شده و قسمت برنده را بیرون بیاورم. آخر این دوره دو ساله نزدیک بود از کار اخراج شوم تا این که خوشبختانه اعتماد

به نفسم بهتر شد. فروش من بیشتر شد و ظرف دو سال بعدی در شرکت نفر اول یا دوم بودم.

بازاریابی شبکه‌ای به شما فرصت رو به رو شدن با ترسهایتان و مقابله با آنها و سرکوب‌کردن آنها را می‌دهد و قسمت برنده وجود شما را بیرون آورد.

افزایش اعتماد به نفس من مهمتر از حقوقم بود. دوباره سازی اعتماد به نفس قیمت نداشت و به من کمک کرد تا میلیونها دلار پول درآورم. همیشه از شرکت زیراکس سپاسگزارم زیراکه امکان مقابله با ترس و شک صفات منفی درونم را به من داد. امروزه بازاریابی شبکه‌ای را به شدت سفارش می‌کنم زیرا که این تجارت همان فرصتی را فراهم می‌کند که زیراکس برای ساختن اعتماد به نفس به من داد.

بازاریابی شبکه‌ای به شما فرصت رو به رو شدن با ترسهایتان و مقابله با آنها و سرکوب کردن آنها را می‌دهد و قسمت برنده وجود شما را بیرون آورد.

اشتباه نکنید. پیوستن به بازاریابی شبکه‌ای و ایجاد تجارت خود به منزلهٔ شکست قسمت بازنده شما نیست. سالها طول می‌کشد تا آزادی اقتصادی به‌دست بیاید. وقتی صحبت از آزادی می‌کنیم به این معنی نیست که شما آزادی اقتصادی دارید. برای ایجاد آن زمان لازم است.

بدون هیچ ثروتی به دنیا آمده‌ام و بارها ثروت به‌دست آورده‌ام و از دست داده‌ام. پس احساس از دست دادن همه چیز را درک می‌کنم. در این روزها قسمت بازنده ما به‌راحتی می‌تواند کنترل را به‌دست بگیرد. این روزهاست که امتحان می‌شویم، وقتی دوستان شما می‌گویند: "بهت گفتم." و خانواده شما درگوشی می‌گویند: "فکر نمی‌کنی اگر انرژی خود را

صرف پیدا کردن شغل کوچکی کنی و این شبکه را رها کنی بهتر باشد؟"

به شما قول می‌دهم روزهایی را می‌بینید که وسوسه می‌شوید به قسمت بازنده اجازه کنترل بدهید. اما این کار را نکنید. برنده باشید.

مدرسهٔ پرواز

همهٔ کرمهای ابریشم، قبل از این که پروانه شوند، پیله درست می‌کنند. مدرسهٔ پرواز پیلهٔ من بود. با مدرک دانشگاه وارد شدم و به‌صورت خلبان آماده حرکت به ویتنام خارج شدم.

اگر به مدرسهٔ پرواز غیرنظامی رفته بودم، با این که خلبان بودم فکر نمی‌کنم حاضر می‌شدم در جنگ شرکت کنم. آنچه به عنوان خلبان نظامی یاد گرفتم کاملا از آنچه خلبانهای غیرنظامی یاد می‌گیرند فرق داشت. مهارت متفاوت، شدت آموزش متفاوت و واقعیت شرکت در جنگ همه چیز را متفاوت می‌کرد.

دو سال طول کشید تا دورهٔ ابتدایی مدرسهٔ پرواز در فلوریدا را بگذرانم. پس از گرفتن درجه به مدرسه پرواز پیشرفته در مقر نظامی پندلتون در کالیفرنیا منتقل شدم. این آموزش فشرده‌تر و سخت‌تر بود و بیشتر جنگیدن و بعد پرواز کردن را یاد گرفتیم.

پس از اتمام دوره خلبانی یک سال فرصت داشتیم تا به ویتنام برویم. در این مدت تحت شرایط مختلف روحی، فکری، جسمی و احساسی پرواز می‌کردیم.

هشت ماه از این برنامه در پایگاه پندلتون می‌گذشت که چیزی در درون من تغییر کرد. در حین یکی از پروازهای آموزشی متوجه شدم که آماده جنگ هستم. تا این لحظه از نظر فکری، احساسی و جسمی پرواز

می‌کردم. عده‌ای به آن به‌صورت مکانیکی پرواز کردن می‌گویند. این بار بود که از نظر روحی تغییر کردم. ماموریت ما آنقدر شدید و ترسناک بود که ناگهان تمامی ترس و شک از وجودم بیرون رفت و روح انسانی کنترل را به عهده گرفت. پرواز کردن قسمتی از وجودم شد. داخل هواپیما آرامش را می دیدم. هواپیما قسمتی از من بود و آماده رفتن به ویتنام بودم.

نه این که ترس نداشته باشم. هنوز هم از رفتن به جنگ ترس داشتم. ترس از مردن یا بدتر از مردن، ترس از معلول شدن داشتم. تفاوت این بود که برای جنگ آمادگی داشتم. اعتماد به نفس بیش از ترس بود.

روند تاجر و سرمایه‌گذار شدن هم مانند روند خلبان آماده جنگ شدن بود. دوبار در تجارت شکست خوردم تا این که خصیصه‌ای به نام روحیه کارآفرینی در من ایجاد شد. این روحیه است که مرا در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران نگه داشته و اجازه نمی‌دهد که به امنیت و راحتی قسمت کارمندی و شغل آزاد بروم.

پانزده سال طول کشید تا در قسمت صاحبان شرکتهای بزرگ اعتماد به نفس و راحتی داشته باشم. شما از من خوش‌شانس‌تر هستید و نیازی به این همه سال و شکستها و تلاشهای من ندارید. از طریق بازاریابی شبکه‌ای می‌توانید آموزشهایی را که منجر به تغییر زندگی من شد داشته باشید.

چگونه مهارتهای تجاری زندگی‌ام را تغییر داد؟

حال که درباره آموزش نظامی و پرواز در شرایط جنگ و جنگلهای ویتنام صحبت کردم، می‌خواهم داستانی دیگر بگویم که خصیصه‌ساز است که البته درباره صحنه نبرد نیست و درباره علاقه است.

اگر تحصیلات فشرده مهارتهای تجاری زندگی واقعی را طی

نمی‌کردم، هرگز قادر به ازدواج با زن آرزوهایم نمی‌شدم. وقتی که برای اولین بار با کیم آشنا شدم، فکر کردم که زیباترین زن جهان را دیده‌ام. قادر به صحبت کردن نبودم و نمی‌توانستم به او نزدیک شوم و با او صحبت کنم. اما آموزش تجارت به من یاد داده بود که با ترس از شکست و رد شدن مقابله کنم که حسابی مثمر ثمر واقع شد. به جای این که ته اتاق مخفی شوم و از دور به او نگاه کنم که حتما سالها قبل از آن همین کار را می‌کردم، با شجاعت به سمت او رفتم و سلام کردم.

کیم رو به من کرد و لبخند زد و همان لحظه فهمیدم که عاشق شدم. او زن رویاهای من بود. اما وقتی خواستم با او بیرون بروم جواب رد داد.

رابرت کیوساکی چند سال قبل از آن ممکن بود که شکست را بپذیرد و برود. اما در آموزش تجارت سرسخت شده بودم و به اعصابم مسلط و دوباره تقاضا کردم. باز هم جواب رد داد. حال اعتماد به نفسم ضعیف شده بود و غرور مردانگی‌ام مخالفت می‌کرد. اما یک بار دیگر هم تقاضا کردم و پاسخ منفی داد.

شش ماه گذشت. هر بار جواب منفی می‌داد. مدتی مخفی شدم و تلاش کردم زخمهای غرورم را درمان کنم. از درون جراحت داشتم. اگر مقابله با شک درونی را یاد نگرفته بودم، هرگز نمی‌توانستم شش ماه به تقاضا ادامه دهم. بالاخره یک روز جواب مثبت داد و از آن به بعد با هم زندگی می‌کنیم.

این داستان را به عنوان داستانی گرم و نرم که نحوه آشنایی رابرت و کیم را نشان می‌دهد نقل نکردم. نکته‌ای مهم دارد. به پول و تجارت ربطی ندارد. این زندگی شماست. نحوه پول در آوردن و شغل شما، همچون نحوه رقم زدن سرنوشت و ساختن میراث شماست.

فصل یازدهم

دارایی سوم: حلقه‌ای از دوستان که با شما ارزشها و رویاهای مشترک دارند

شاید شنیدن این مطلب مشکل باشد، اما اگر می‌خواهید اقتصادی متفاوت در زندگی خود داشته باشید، دوستان تازه مهمتر از شغل تازه است. دلیل این است که حتی اگر دوستان شما به شما علاقه داشته باشند و یا اگر تظاهر می‌کنند، دوستان کنونی شما را به پایین می‌برند.

شاید شنیده‌اید که می‌گویند درآمد شما به اندازه متوسط درآمد نزدیکترین دوستان شما است. حتما شنیده‌اید که کبوتر با کبوتر باز با باز. این در مورد افراد ثروتمند، فقیر و طبقه متوسط درست است. به عبارت دیگر شبکهٔ پولداران با هم و شبکهٔ فقیران با هم و شبکهٔ طَبقه متوسط با هم دوست هستند.

پدر پولدارم می‌گفت: "اگر می‌خواهی پولدار شوی، باید با افرادی دوست شوی که پولدار هستند یا می‌توانند شما را پولدار کنند."

بسیاری از مردم زندگی خود را با افرادی می‌گذرانند که آنها را از نظر

مالی عقب می‌زنند. در تجارت بازاریابی شبکه‌ای با افرادی دوست می‌شوید که به ثروتمند شدن شما کمک می‌کنند. از خود بپرسید: "آیا افرادی که با آنها وقت می‌گذرانم متعهد به ثروتمند شدن من هستند؟ یا این که آنها به عنوان کسی که سخت کار می‌کند به من علاقه دارند؟"

وقتی پانزده‌ساله شدم می‌دانستم که می‌خواهم از نظر مالی آزاد باشم و راه آن بودن با افرادی بود که به این هدف کمک می‌کنند. تصمیم گرفتم با کسانی دوستی کنم که به ثروتمند شدن من علاقه دارند نه این که کارمندی وفادار برای ثروتمندتر کردن دیگران باشم.

این لحظه حساس زندگی‌ام بود. تصمیمی ساده نبود. زیرا فقط پانزده سال داشتم. باید در گذراندن وقتم با افراد و گوش دادن به کدام آموزگار دقت می‌کردم. اگر قصد ساختن تجارت خود را دارید، باید دقت کنید که وقت خود را با چه کسانی می‌گذرانید و به چه آموزگارانی گوش می‌دهید. این نکته حیاتی است.

مشکل‌ترین قسمت ترک شرکت زیراکس این بود که برخی از دوستانم را باید ترک می‌کردم. بیشتر دوستان و فامیلم در گوشهٔ کارمندان بودند و ارزشهایشان با من تفاوت داشت. آنها به امنیت و ثبات حقوق ماهانه بیش از استقلال و آزادی مالی ارزش می‌دادند. این تصمیم دردناک اما لازم بود تا بتوانم رشد کنم.

شاید شما هم در بازاریابی شبکه‌ای تجربه‌ای مشابه داشته‌اید. دوستان و فامیل را می‌بینید که طرز فکر و تصمیم شما برای پیوستن به بازاریابی شبکه‌ای را درک نمی‌کنند یا حتی ممکن است به‌طور فعالانه قصد به منصرف کردن شما داشته باشند. برخی از دوستان شما ممکن است فکر کنند که شما دیوانه یا هالو هستید و اشتباهی بزرگ مرتکب

می‌شوید. ممکن است برخی از دوستان خود را از دست بدهید. نمی‌خواهم این را عنوان کنم، زیرا سخت است اما واقعیت است.

دقت کنید که این ربطی به بازاریابی شبکه‌ای ندارد و به تغییر عمده در زندگی شما مربوط می‌شود. شما می‌خواهید از گوشهٔ کارمندی و شغل آزاد به‌گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ بروید. این موضوع تنها تغییر شغل نیست، بلکه بیشتر شبیه به تغییر کشور، مذهب یا تغییر حزب سیاسی است.

بازاریابی شبکه‌ای نه تنها تحصیلات تجاری عالی است، بلکه دوستان کاملا تازه ایجاد می‌کند، دوستانی که با شما هم جهت هستند و ارزشهای مشترک دارند.

جان دون شاعر انگلیسی می‌نویسد: "هیچ انسانی یک جزیره نیست، بلکه قسمتی از یک قاره و قسمتی از اصل است." او در سال ۱۶۲۳ به این مطلب اشاره می‌کند. اما امروزه این مطلب هزار بار مصداقش بیشتر است زیرا که جهان امروز به‌صورت غیرقابل باور متصل شده است. در انزوا ثروتمند نمی‌شوید. تنها به اندازه افرادی که با آنها رفت و آمد می‌کنید، کار، صحبت و بازی می‌کنید، می‌توانید موفق شوید.

جان: این موضوع در همه جای جهان صادق است، اما بویژه در بازاریابی شبکه‌ای دیده می‌شود زیرا که با ایجاد تجارت بازاریابی شبکه‌ای در واقع حلقه‌ای از دوستان تازه و با قدرت دور شما تشکیل می‌شود که همان ارزشها و مهارتهای تجاری زندگی واقعی را یاد می‌گیرند.

این یکی از مهمترین مزایای تجارت بازاریابی شبکه‌ای است. به جای این که در حلقهٔ افرادی باشید که با شما رقابت می‌کنند تا به مرحله بعدی برسند، در واقع افرادی در کنار خود دارید که به موفقیت شما متعهد هستند. زیرا موفقیت شما موفقیت آنها را تضمین می‌کند. احتمال هم دارد که برخی از آنها بهترین دوستان شما بشوند.

در واقع بر اساس "انجمن فروش مستقیم" عده قابل توجهی از افرادی که به بازاریابی شبکه‌ای می‌پیوندند و به آن ادامه می‌دهند، در واقع شبکه‌ای اجتماعی از دوستانی تشکیل می‌دهند که از درآمد مهم‌تر است.

•

بازاریابی شبکه‌ای نه تنها تحصیلات تجاری عالی است، بلکه دوستان کاملا تازه ایجاد می‌کند ـ دوستانی که با شما هم جهت هستند و ارزشهای مشترک دارند.

به نظر من آن نوع از دوستی که جان می‌گوید به همان اندازه که بهترین آموزش تجارت ارزش دارد با ارزش است و روی آن نمی‌توان قیمت گذاشت.

امروز من در چهار گوشهٔ مختلف درآمد دوست دارم. اما دوستان اصلی من و افرادی که با آنها وقت می‌گذرانم و به این وقت بیشترین ارزش را می‌دهم، افراد گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران هستند.

دوستانی را که در شرکت زیراکس رها کردم هنوز هم با من دوست هستند. آنها همیشه دوست من هستند زیرا که این مرحله، مرحله‌ای

انتقالی در زندگی‌ام بود. اما زمان حرکت به جلو رسیده بود. اگر برای شما هم زمان حرکت بـه جلو و ورود بـه گـوشهٔ صـاحبان شـرکتهای بـزرگ فرارسیده، ممکن است بخواهید تجارت بازاریابی شبکه‌ای را شروع کنید و دوستان تازه اختیار کنید.

فصل دوازدهم

دارایی چهارم: قدرت داشتن شبکه خود

یکی از مسائلی که در دههٔ نود هنگام مطالعه این طرح تجاری موجب کنجکاوی من شد، واژه شبکه است. به یاد دارم که پدر پولدارم برای این واژه احترام زیاد قائل بود.

توماس ادیسون یکی از قهرمانان پدر پولدارم بود. اغلب مردم امروز از ادیسون به عنوان مخترع لامپ یاد می‌کنند، اما این درست نیست. ادیسون لامپ را اختراع نکرد، بلکه آن را بهتر و عالی کرد. حتی راهی برای تولید ثروت از آن پیدا کرد.

ادیسون پس از این که مدرسه را رها کرد (آموزگاران فکر می‌کردند که او آنقدر باهوش نیست که بتواند موفق شود) آب‌نبات و مجله در قطارها می‌فروخت. طولی نکشید که روزنامه خودش را راه انداخت و ظرف یک سال گروهی از پسران را برای فروش آب‌نبات و روزنامه‌اش اجیر کرد. از کارمندی به صاحب شرکت تبدیل شد.

قدرت در کالا نیست، بلکه در شبکه است. اگر می‌خواهید ثروتمند شوید، باید برای تشکیل شبکه‌ای قوی و زنده و رو به رشد بهترین راهبرد را پیدا کنید.

ادیسون جوان بدون استراحت روزنامه می‌فروخت و با آموختن ارسال و دریافت کد مورس به عنوان تلگرافچی مشغول به‌کار شد. بزودی یکی از بهترین تلگرافچیهای منطقه بود و این راه میلیونر شدن را به او آموخت. به عنوان تلگرافچی متوجه موفقیت اختراع تلگراف شد که سیستمی از خطوط، تیرهای برق، افراد فنی و ایستگاههای رله بود. این قدرت شبکه بود.

در حالی که ادیسون به مخترع لامپ و **بهتر** کردن سیم فلزی داخل لامپ معروف است، نبوغ اصلی ادیسون ایجاد شرکتی متشکل از سیمهای برق است که با روشن کردن لامپ در جامعه نفوذ کرد. شرکتی که ادیسون تاسیس کرد ثروت او را چندمیلیونی کرد. این شرکت جنرال الکتریک نام داشت.

لامپ برق شرکت ادیسون را انقلابی نکرد، بلکه استفاده از سیمهای برق و ایستگاههای رله برای روشن کردن لامپ بود که انقلابی به پا کرد. این یک شبکه بود.

پدر پولدارم به من گفت: "ثروتمندترین افراد جهان شبکه ایجاد می‌کنند. دیگران به دنبال کار می‌گردند."

از جذابیت کشتیرانی و اربابان خطوط آهن تا سم والتون (مؤسس وال مارت)، بیل گیتس و جف بزوس، ثروتهای بزرگ جهان توسط افرادی به‌دست آمده که نحوه ایجاد شبکه را پیدا کرده‌اند. سم والتون برای مردم کالا تولید نمی‌کرد، بلکه شبکه توزیع کالا را درست کرد. بیل گیتس رایانه

تولید نکرد، بلکه سیستم عامل آن را طراحی کرد که رایانه را فعال می‌سازد. جف بزوس کتاب چاپ نکرد، بلکه شبکه آمازون برای فروش کتاب را ایجاد کرد.

قدرت در کالا نیست، بلکه در شبکه است. اگر می‌خواهید ثروتمند شوید، باید بهترین راهبرد برای تشکیل شبکه‌ای قوی، زنده و رو به رشد پیدا کنید.

البته اکثر ما توماس ادیسون، سم والتون یا بیل گیتس نیستیم و هرگز هم نخواهیم شد. درست است که چند نمونه بارز پایه‌گذار خلاقیت در هر نسلی هستند که شبکه‌های چندین میلیارد دلاری را از صفر می‌سازند، اما انتظار این که هزاران نفر چنین کاری کنند عاقلانه نیست چه برسد به میلیونها نفر.

به این دلیل است که بازاریابی شبکه‌ای بسیار عالی است. شرکتهایی که تجارت بازاریابی شبکه‌ای را تشکیل می‌دهند به میلیونها نفر مانند شما فرصت تشکیل شبکه می‌دهند تا مجبور نباشید برای شبکه دیگران کار کنید.

قانون مِتکالف

رابرت مِتکالف مؤسس شرکت "تری کام" و مخترع اِترنت، فرمول زیر را اختراع کرد که ارزش شبکه‌ها را نشان می‌دهد:

$$V = N^2$$

به عبارت دیگر ارزش اقتصادی شبکه مساوی با تعداد اعضای شبکه به توان دو است. قانون متکالف به زبان ساده‌تر یعنی هر چه به تعداد اعضا اضافه کنید، ارزش به‌صورت تصاعد هندسی بالا می‌رود.

یک شبکه تلفن را در نظر بگیرید. اگر یک تلفن داشته باشید، از نظر اقتصادی ارزشی ندارد. (با یک تلفن به هیچ کس نمی‌توانید زنگ بزنید.) اگر یک تلفن دیگر اضافه کنید، بر اساس قانون متکالف ارزش اقتصادی شبکه تلفن به توان دو می‌رسد. پس از صفر به چهار می‌رسد. اگر تلفن سوم اضافه شود، ارزش آن نه می‌شود. پس شبکه به‌صورت تصاعدی و نه خطی به ارزش خود اضافه می‌کند.

شبکه‌ها وارد به تجارت جهانی می‌شوند

تجارت عصر صنعتی بیشتر مانند امپراتوری اداره می‌شد و صرف نظر از وسعت آن، به شدت توسط دولت مرکزی قدرتمند اداره می‌شد.

در دهه پنجاه نوع جدیدی از تجارت رشد کرد که تمامی قسمتهای آن توسط یک مرکز اداره نمی‌شود. این طرح به حدی انقلابی بود که بسیاری از آن انتقاد کردند و کنگره آمریکا اگر هفت رأی بیشتر داشت آن را غیرقانونی اعلام می‌کرد. اما در سالهای اول از بین نرفت و امروزه بیش از سه درصد خرده‌فروشی آمریکا را تشکیل می‌دهد. برخی از مارکهای معروف آن مانند سخت‌افزار ایس، ساب‌وی و البته از همه مهمتر شرکت مک‌دونالد هستند.

این طرح بنیادی به نام فرانچایز یا شعبه زدن است. شعبه زدن نوعی از تجارت است که صاحبان شعبه‌های مختلف یک تجارت طرز کار یک شکل دارند. از نظر کاربردی همه ارزش یکسان دارند.

اما شعبه زدن تنها یک قدم از توسعه شبکه‌ها در بازار جهانی را شامل می‌شود. ادامه داستان را جان برای شما توضیح می‌دهد.

جان: رابرت حق دارد. این تنها مسئله پرداخت کمیسیون به نوعی دیگر یا تغییر مسئولیت بازاریابی به نوعی دیگر نیست. واقعا نوع کاملا متفاوتی از تجارت است که در اقتصاد عصر اطلاعات از طریق شبکه‌ها انجام می‌شود نه از طریق تبلیغاتی که از مرکز انجام می‌شود.

بعد از شعبه زدن، قدم بعدی برای تشکیل شبکه‌های تجاری در دهه شصت آغاز شد و در دهه‌های هفتاد و هشتاد واقعا شکل گرفت. به جای این که شبکه‌ای از تجارت شعبه‌ای ایجاد شود، این طرح شبکه‌ای از افراد است و افراد شعبه‌های آن هستند. در واقع "شعبه زدن شخصی" است.

مانند طرح اولیه شعبه زدن، این طرح هم به شدت مورد انتقاد قرارگرفت و بر خلاف انتقادها از بین نرفت و رشد کرد. این طرح به بازاریابی شبکه‌ای معروف است.

رابرت: البته واقعیت این است که در شعبه زدن، به عنوان صاحب شعبه قسمتی از شبکه هستید اما مالک شبکه نیستید و تنها تجارت خود را دارید. اما به عنوان بازاریاب شبکه‌ای شما...

جان: به عنوان بازاریاب شبکه‌ای نه تنها شبکه خود را می‌سازید، بلکه صاحب این شبکه هستید و همانطور که رابرت تو گفتی، این قدرت مالی را بسیار زیاد می‌کند.

به عبارت دیگر به عنوان یک بازاریاب شبکه‌ای افسار قدرت قانون متکالف دست خود شما است.

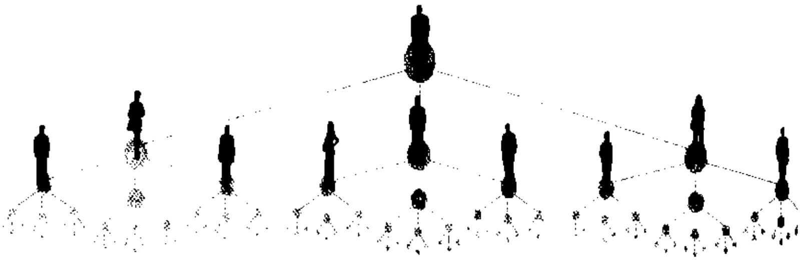
البته نه اینکه تنها با پیوستن به یک شبکه بازاریابی بـه ایـن قـدرت دست می‌یابید. مانند این است که یک خط تلفن دارید. بـرای ایـن کـه قدرت قانون متکالف را به‌دست بگیرید، باید شبکه را با پیدا کردن فردی مانند خودتان گسترش دهید. این فرد جدید شریک شما است. وقتی که دو نفر شدید، ارزش شبکه شما چهار می‌شود. وقتی که سه نفر شدید، ارزش به نه می‌رسد. وقتی هم که آن دو نفر هر کدام دو نفر دیگر را اضافه کنند، ارزش اقتصادی شبکه شما مانند موشکی است که به ماه می‌رود. شما به‌صورت خطی کـار مـی‌کنید امـا ارزش اقـتصادی‌شما بـه‌صورت تصاعدی افزایش می‌یابد.

به زبان ساده قانون متکالف می‌گوید که شبکه مانند اهرم عمل می‌کند و به شما اجازه می‌دهد تا وقت و تلاش خود را افزایش دهید.

اصول اهرمها را ارشمیدس مهندس یونان قدیم کشف کرد و می‌گوید: "جایی به من بدهید که بتوانم روی آن بایستم تا جهان را حرکت دهم." ارشمیدس برای این که قدرت بی انتهای اهرم را نشان دهد، یک سری طناب و قرقره را به هم وصل کرد و بعد شـبکه‌ای از طـنابها را بـه کـل کشتیهای جنگی یونان وصل کرد. بعد خودش با کشیدن یک تیرچوبی تمام کشتیهای جنگی را روی آب حرکت داد.

قدرت شبکه همین است. از طـریق شـبکه‌ای از طـنابها ارشـمیدس توانست کاری کـند کـه بـرای انـجام دادن آن چـندهزار نـفر لازم است. مجموعه طنابها یک شبکه بود.

همین نیروی شگفت‌انگیز است که منجر به پخش شایعه می‌شود. یک نفر به سه نفر می‌گوید و آن سه نفر هر یک به سه نفر دیگر و هر کدام از آنها به سه نفر دیگر و در نهایت تمام شهر مطلع می‌شوند. این روش پخش مد است. اساس راهبرد بازاریابی شبکه‌ای همین است: قدرت قانون متکالف موجب چند برابر شدن توان شما از طریق شبکه‌ای از افراد می‌شود.



امروزه بازاریابی شبکه‌ای یکی از سریع‌ترین تجارتهای رو به رشد در جهان است، اما بسیاری از مردم قادر به دیدن آن نیستند. چرا نمی‌بینند؟ مردم ممکن است کالا را ببینند ـ کالاهای بهداشتی و حفظ سلامتی، کالاهای مخابراتی، مالی و یا حقوقی ـ اما متوجه نمی‌شوند که اینها واقعا تجارت نیستند. تجارت واقعی کالا نیست، بلکه شبکه‌هایی هستند که از طریق آنها کالا فروش می‌رود ـ یعنی لامپ ادیسون نیست، بلکه شرکت برق او است.

مردم هنوز هم ارزش بازاریابی شبکه‌ای را نمی‌دانند زیرا نامرئی است: مجازی است و مادی نیست. نمی‌توانید آن را با چشمهایتان

ببینید. این نمونه واقعی طرح تجاری عصر اطلاعات است. برای این که ارزش آن را بفهمید، بازکردن چشمها به تنهایی کافی نیست و باید فکرتان را باز کنید. تاقهای طلایی درکار نیست، حوریهای دریایی سبز درکار نیستند که شما را به محل تجارتشان دعوت کنند. تجارت بازاریابی شبکه‌ای در سراسر جهان گسترده شده و هنوز هم بسیاری قادر به دیدن آن نیستند.

تجارتهایی مانند جنرال موتور و جنرال الکتریک تجارتهای عصر صنعتی هستند. شعبه‌های مک دونالد، ساب‌وی، یو پی اس استور، سخت‌افزارایس و بقیه آنها همه تجارتهایی هستند که پل بین عصر صنعتی و عصر اطلاعات هستند. بازاریابی شبکه‌ای تجارت واقعی عصر اطلاعات است زیراکه با زمین و مواد وکارخانه وکارمند سر وکار ندارد و تنها به اطلاعات مربوط می‌شود.

به عنوان یک بازاریاب شبکه‌ای ممکن است فکر کنید که شغل شما عرضه و فروش جنس است. اما این‌طور نیست. وظیفهٔ شما انتقال اطلاعات، برای نقل داستانهای بزرگ و ساختن یک شبکه است.

فصل سیزدهم

دارایی پنجم: تجارتی که کاملا توانایی چندبرابر شدن و رشد داشته باشد

نکته حیاتی درباره بازاریابی شبکه‌ای که ممکن است موجب تعجب شما شود این است که این تجارت برای کسانی نیست که استعداد فروش دارند. چند فصل قبل به شما قول دادم که جان در این باره توضیح بیشتری بدهد.

رابرت: جان، آیا موافقی که اکثر افراد موفق در بازاریابی شبکه‌ای حتما فروشنده‌های ذاتی نیستند؟

جان: نه تنها موافقم، بلکه در واقع از بعضی جهات خلاف آن درست است. برای کسی که به‌صورت فروشنده خوب به دنیا آمده، موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای اغلب اولین کار ضروری این است که هر چه را درباره فروش یادگرفته است فراموش کند.

بازاریابهای شبکه‌ای موفقی را که من دیده‌ام، اکثرا مربی،

مادر، روحانی یا آموزگار هستند که از انتقال تجربه به دیگران لذت می‌برند. معنی بازاریابی شبکه‌ای انتقال تجربه‌های شخصی و اطلاعات است، نه فروش قابل توجه. اهمیت دادن به موفقیت افرادی که شما وارد شبکه کرده‌اید، اصل است.

این اصل خوبی است زیرا که از هر بیست نفر یکی فروشنده خوبی است. کلید موفقیت در فروش، کار شما است. اما کلید موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای، توانایی تکثیر است.

رابرت: گاهی اوقات وقتی مردم از این که ما می‌گوییم اصل این تجارت به فروش مربوط نمی‌شود مشکوک می‌شوند و می‌گویند: "فکر نمی‌کنید صغراکبرا می‌چینید؟ چه فرقی می‌کند چه به آن فروش بگویید یا این که انتقال اطلاعات بگویید. در واقع بازی با لغات است.

جان: خیر، بازی با لغات نیست و صغرا کبرا چیدن هم نیست. این توانایی تکثیر است که تفاوت عمده بین فروش و بازاریابی شبکه‌ای است. پاسخ من به این‌گونه افراد این است:

«اگر فروشنده‌ای عالی، بی همتا و فوق‌العاده هستید، پس در فروش موفق هستید و احتمال دارد که در بازاریابی شبکه‌ای موفق نباشید. علت این است که شما ممکن است کالای بسیار بفروشید اما افراد شبکه شما قادر به انجام کار مشابه شما نیستند. در نتیجه شبکه شما رشد نمی‌کند و از ابتدا از بین می‌رود.»

رابرت: برای این که آن را در نطفه خفه می‌کنید.

جان: بله، همین طور است و بارها این را دیده‌ام. اغلب افراد خلاق و با استعداد را می‌بینم که در بازاریابی شبکه‌ای شروع به کار می‌کنند و به بن بست می‌رسند زیرا که فکر می‌کنند راه موفقیت استفاده از نبوغ، استعداد و مهارتهای عالی است. اما موضوع این نیست که چه کاری شما می‌توانید انجام دهید، بلکه موضوع این است، چه کاری شما و چه کاری دیگران می‌توانند انجام دهند.

شرکتهایی را دیده‌ام که تاکید عمده بر فروش شخصی افراد داشتند و به تکثیر توان آنها در کارآیی دیگران دقت نکردند. توانایی تکثیر کلید جادویی است و بهترین فروشنده بودن اهمیت ندارد. وقتی که شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای به این مسئله توجه نمی‌کنند، از رشد مداوم و انرژی دادن به موتور رشد جلوگیری می‌کنند و تکثیر صورت نمی‌گیرد.

رابرت: خیلی جالب است، زیرا وقتی با افرادی برخورد می‌کنیم که فکر می‌کنند مهم فروش زیاد است، در واقع اینها کسانی هستند که درگوشهٔ شغل آزاد و نه گوَشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ قرار گرفته‌اند. درگوشه شغل آزاد باید خلاق، بی‌همتا و عالی بود. اما درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ، موجب سقوط می‌شوند.

طرح تجارت هنری فورد که شرکتی پرقدرت ایجاد کرد و

جهان را تغییر داد، بر اساس مهارت و استعداد کارمندانش نبود. او می‌توانست خودروهایش را به دست افرادی با مهارت بسازد که خودروهایی عالی اما تنها چند صد خودرو در سال تولید می‌کرد. اما او طرحی ریخت که افراد عادی بتوانند با وقت و تلاش َخود میلیونها خودرو تولید کنند.

فورد مانند کسی فکر می‌کرد که درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ است.

جان: این مثال بهترین راه توضیح این مطلب است که به ذهن من نمی‌رسید. طرز فکر موفقیت در بازاریابی شبکه‌ای همین است.

قدرت واقعی بازاریابی شبکه‌ای در کاری نیست که شما می‌توانید انجام دهید، بلکه در تکثیر است. به عبارت دیگر شما می‌توانید تجارت خود را به صورتی بسازید که دیگران از روی آن کپی کنند. دلیل آن این است که کپی کردن اصل موفقیت و آن چیزی است که شما نیاز دارید.

درباره تکثیر باز هم صحبت می‌کنیم، اما اول می‌خواهم درباره رشد توضیح دهم.

ابزار اطلاعاتی لازم برای رشد بی نهایت

گفته‌های جان درباره راز تکثیر را می‌توان به‌صورتی دیگر توضیح داد. قدرت تجارت شما در رشد آن است. تجارت قابل رشد یعنی تجارتی که

بر اساس هر اندازه‌ای حرکت می‌کند.

این مطلب اساس موفقیت و شکست کارآفرینها است. جهان پر از افرادی است که می‌خواهند کارآفرین باشند و تجارتهایی عالی تولید می‌کنند. اما تا زمانی که در سطح کوچک است، شخصاً می‌توانند تمام مراحل آن را کنترل کنند. اما عده کمی از کارآفرینها هستند که نحوه تکثیر و افزایش چند برابر طرح تجاری خود را بدون این که مستقیما وقت بگذارند، انجام می دهند.

این راز موفقیت عالی رای کراک در پدیده مک‌دونالد است. او به دنبال تیمی از بااستعدادترین وکارشناس‌ترین افراد برای اداره رستورانهای مک‌دونالد نبود. بلکه او کارشناسی را دقیقا در کار وارد کرد.

شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای هوشمند دقیقا همین کار را می‌کنند. به جای این که با مهارت‌ترین سخنرانان، اجراکنندگان و فروشنده‌ها را استخدام کنند، سیستمی به صورت ابزار اطلاعاتی درست کرده‌اند تا خودش را معرفی کند. البته همانطور که جان می‌گوید این سیستم یک شبه به‌دست نیامده است.

جان: در اوایل بازاریابی شبکه‌ای طرفداران آن با چالشی سخت مواجه بودند. در حالی که هر کسی می‌تواند معرفی یک شرکت را فرا بگیرد، هر کسی نمی‌تواند معرفی مؤثر داشته باشد. در واقع با این که از نظر تئوری هر کس می‌تواند در این تجارت موفق باشد، اما در عمل این طور نیست.

بازاریابی شبکه‌ای در روزهای اول، اعضای خود را با چالشی مشکل رو به رو می‌کند. در حالی که هر کسی می‌تواند کنفرانس

دادن را یاد بگیرد، اما هر کسی نمی‌تواند به‌صورت مؤثر این کار را انجام دهد. یعنی در حالی که از نظر تئوری همه می‌توانند در این تجارت موفق شوند، اما واقعیت چیز دیگری است.

درگذشته تجارت به مهارت کنفرانس دادن وابسته بود و قسمت بزرگی از آموزش صرف نحوه کنفرانس دادن می‌شد. اما درست مثل فروش، تعداد اندکی واقعا چنین مهارتی داشتند که بتوانند کنفرانسی حرفه‌ای و بدون مشکل ارائه دهند. بنابراین محدودیتی عمده درگسترش این تجارت وجود داشت.

رابرت: اینجاست که ابزار کنفرانس دادن اهمیت پیدا می‌کند.

جان: بله، همین طور است. سالها قبل از طریق بروشور و کاتالوگ این کار انجام می‌شد و تا حدی موفقیت هم داشت. در حالی که افراد عادی قادر به ارائه کنفرانسی عالی نیستند، می‌توانند از طریق بروشور یا کاتالوگ کار را انجام دهند. اما بروشور و کاتالوگ به تنهایی نمی‌توانند مانند کنفرانس زنده علاقه افراد را جذب کنند.

اما ظرف دهه‌های گذشته تغییری عمده درفن کنفرانس دادن ایجاد شده است. فن آوری دیجیتال انقلابی به پا کرده و ابزار دیجیتالی مانند سی دی، دی وی دی و اینترنت امکان کنفرانس زنده، پویا و جالب توجه را فراهم کرده است.

رابرت، نام تجارت قرن بیست و یکم برای این کتاب بسیار

جالب است زیرا با وجود این که دهها سال است که این تجارت به‌وجود آمده، اما تازه توانایی اصلی آن روشن شده و ما در این‌باره صحبت می‌کنیم.

امروزه وقتی تجارت شبکه بازاریابی خود را شروع می‌کنید، لازم نیست در جمع سخنرانان عالی باشید. در واقع اگر برای این منظور تلاش کنید، به ضرر شماست زیرا که این فرد مهارتهای عالی خواهد داشت و آن هم قابل تکثیر نیست.

به جای این که تلاش کنید تا سخنرانی حرفه‌ای شوید و کنفرانسهای عالی ارائه دهید، شما باید از ابزار تجارت‌تان استفاده کنید که توسط شرکت شما فراهم می‌شود و دیگران معرفی آن را برای شما انجام می‌دهند.

مهمتر این که این ابزار به‌راحتی قابل تهیه هستند زیرا فن‌آوری اجازه می‌دهد و به نفع شرکتهاست تا امکانات آن را فراهم کنند.

سی دی، و دی وی دی‌ها وکنفرانسهای اینترنتی کم‌هزینه و با کیفیت بالا که اغلب صوتی و تصویری هستند امکان تحقق رویای شبکه بازاریابی آزاد و قابل رشد را فراهم کرده‌اند. این کار موجب ایجاد طرح تجاری می‌شود که به میلیونها نفر امکان پیشرفت می‌دهد.

آیا می‌دانید که معنی این چیست؟ یعنی وقتی که تجارت بازاریابی شبکه‌ای خود را می‌سازید، در واقع یک دارایی قابل رشد ساخته می‌شود. به زبان ساده یعنی تجارتی را می‌سازید که می‌خواهید. قبل از این که ادامه دهیم، می‌خواهم یک بار دیگر نقش مخالف را بازی کنم.

رابرت: جان، باید سؤالی از تو بپرسم درباره تکثیر که از شکاکان شنیده‌ام: "اگر لازم نیست که فروشنده یا کنفرانس دهنده عالی باشید، پس چه کار باید بکنید؟ اصلا چرا شرکت به شما احتیاج دارد؟"

جان: شما شبکه ایجاد می‌کنید. به همین دلیل است که نام بازاریابی شبکه ای دارد و به همین دلیل است که به شما نیاز است و به شما پول می دهند.

به عنوان یک بازاریاب شبکه‌ای شرح وظایف شما این است که با مردم ارتباط برقرار کرده، آنها را جذب کنید تا کالاهای مورد نظر شما را بشناسند و به اطلاعات شما توجه کنند و بعد صحبتهای شما را دنبال کنند. بعد که تصمیم به پیوستن به این تجارت گرفتند، اشتیاق و تجربه خود را به آنها منتقل می‌کنید و برای یادگیری و یاد دادن به آنها کمک می‌کنید. ابزار دیجیتالی قسمت عمده بار آموزش کارشناسی را از دوش شما بر می دارد.

وظیفه شما ایجاد رابطه، مکالمه داشتن، بررسی فرصتها، شناختن افراد و کمک به آنها برای فهم این تجارت است.



ایجاد رابطه ← مکالمه داشتن و معرفی کردن ← بررسی فرصتها ← شناختن افراد و کمک به آنها

بنابراین در بخشهایی از این تجارت ابزار بهتر از شما کار می‌کنند. این بخشها شامل معرفی و تا حدی آموزش می‌شوند. البته بخشهایی هم هستند که تنها توسط شما انجام می‌شوند و آن قسمت ارتباط انسانی است.

اصل قضیه این است که در بازاریابی شبکه‌ای شما پیام نیستید، بلکه پیام‌رسان هستید. دوران روزهایی که قسمت عمده کار شما چیدن نمونه‌های کالا و ایجاد کل مغازه در اتاق نشیمن‌تان بود به پایان رسیده و لازم نیست فهرستی طولانی از ویژگیهای اجناس و آمار مالی آنها داشته باشید. اکنون قرن بیست و یکم است. در بازاریابی شبکه‌ای امروز، ابزار همهٔ کارها را انجام می‌دهند. وظیفه شما ارتباط برقرار کردن و دعوت از آنها است.

البته منظور این نیست که مهارت نیاز نیست. حتما لازم است. مهارتهایی که در قسمت دارایی اول عنوان شد، شامل اعتماد به نفس، مقابله با رد شدن، ارتباط برقرار کردن، در انتقال تجربه وارد بودن، به مردم اهمیت دادن، آموزش مردم و غیره، ضروری است.

اما این مهارتها را همه دارند. اگر روزی بخواهید مسابقات لیگ فوتبال، انجمن اولیا و مربیان یا باشگاه شطرنج تشکیل دهید یا عضو حزب سیاسی یا کمیته کلیسا شوید، یا این که مربی لیگ کوچکی باشید یا گروه موسیقی خود را داشته باشید، می‌دانید که شبکه درست کردن چیست.

لازم نیست که فروشنده‌های عالی کار شما را تکثیر کنند. باید افرادی را جذب کنید که بخواهند اصول اولیه تجارت را یاد بگیرند و نحوه ارتباط برقرارکردن و رشد شخصی را فرابگیرند تا کارآفرینان و

تیم سازهای خودمختار شوند.

عده کمی واقعا درفروش مهارت دارند. اما همه توانایی شبکه درست کردن، مربی‌گری و تیم‌سازی را دارند. پس در این تجارت به روی میلیونها نفر از همسایه‌های شما باز است. یعنی تجارتی قابل تکثیر و قابل رشد دارید. وقتی که از پنج نفر به پنجاه نفر برسید، مهارتهای اولیه برای رشد به پانصد یا پنج‌هزار نفر و یا بیشتر را دارید.

این مسئله رهبری را مطرح می‌کند.

فصل چهاردهم

دارایی ششم: مهارتهای بی‌نظیر رهبری

وقتی برای اولین بار جهان بازاریابی شبکه‌ای را بررسی می‌کردم، به بسیاری از نشستها و کنفرانسهای آنها رفتم و گفته‌های دهها سخنران را که برای موفقیت شخصی دیگران صحبت می‌کردند شنیدم.

در حالی که به تجربه‌های آنها در رابطه با شروع با دست خالی و در نهایت ثروت بیش از حد رویاهایشان گوش می‌دادم، متوجه شدم که این تجارت همان کاری را به مردم یاد می‌دهد که پدر پولدارم به من یاد داد. تنها اصول تجارت را یاد نمی‌دادند بلکه از آنها رهبر می‌ساختند.

در حالی که به نظر می‌رسید صحبت از پول فراوان می‌کنند، اما در واقع تلاش می‌کردند تا دیگران را از لاکشان بیرون بیاورَند تا با غلبه بر ترسهایشان به سمت آرزوهایشان حرکت کنند. برای این کار سخنران باید مهارتهای یک رهبر را داشته باشد. دلیل نیاز به رهبری این است که بسیاری همین صحبتها شامل آرزوها، فرصت بیشتر با خانواده و آزادی را به‌کار می‌برند اما عده کمی اعتماد و الهام لازم را ایجاد می‌کنند

تا دیگران را ترغیب کنند.

مسئله این نیست که یک سری جملات را حفظ کرده و تکرار کنند، بلکه توانایی صحبت کردن مستقیم با درون افراد است. این ویژگی بیش از یک سری لغت است و همان رهبری واقعی است.

رهبری نیرویی است که همه را به هم وصل می‌کند. رهبری همان است که تجارتهای عالی می‌سازد.

شاید فکر کنید که مهارتهای رهبری را باید در دارایی اول یعنی "تحصیلات تجاری زندگی واقعی" یا در دارایی دوم یعنی "راه سودساز توسعهٔ نفس" می‌گنجاندیم. منطقی به نظر می‌رسد. اما واقعیت این است که توانایی رهبری کردن آن قدر مهم، قدرتمند و کمیاب است که باید فصل خودش را داشته باشد.

سایر تواناییهای تجاری اجزای مهمی هستند. اما رهبری نیرویی است که همه را به هم وصل می‌کند. رهبری همان است که تجارتهای عالی می‌سازد.

با درون افراد سخن گفتن

در دهه‌های پنجاه و شصت بزرگ شدم و جان اف کندی یکی از بزرگ‌ترین سخنورانی بود که دیده بودم. وقتی که در ماه می ۱۹۶۱ به ملت گفت که ظرف ده سال انسان را به ماه می‌فرستیم، دانشمندان ما اصلا نمی‌دانستند که چگونه می‌توان چنین کاری انجام داد. کاری بیش از سطح آرزوهای مردم و شجاعانه بود. اما انجام شد. حتی وقتی که کمتر از

سه سال بعد از آن جان اف کندی را کشتند، سه‌چهارم آن دهه هنوز نگذشته بود. با وجود این رهبری جان اف کندی آنقدر قوی و متقاعدکننده بود که پس از مرگ او هنوز ادامه داشت. با وجودی که او را ترور کردند و با وجود فاجعه ویتنام و با وجودی که ملت با شورش و چند دستگی رو به رو بود و سمت رئیس جمهوری در سال ۱۹۶۸ از معاون جان اف کندی به نیکسون منتقل شد، در سال ۱۹۶۹ انسان به ماه فرستاده شد که در همان دهه بود.

به این می‌گویند **رهبری**. قدرتی که می‌تواند از طریق مشارکت با نیروی بینش و هدف شما کارها را انجام دهد. رهبران واقعی می‌توانند کوهها را به حرکت درآورند.

در ویتنام متوجه شدم که رهبران بزرگ افراد سرسخت نیستند که سر دیگران فریاد می‌زنند و از نظر فیزیکی آزار می‌دهند. متوجه شدم که رهبران شجاع اغلب ساکتند. اما وقتی که صحبت می‌کنند، با روح و جان افراد صحبت می‌کنند.

پول در تجارتی که بهترین کالا یا خدمات را ارائه می‌دهد، جاری نمی‌شود. پول در تجارتهایی جاری می‌شود که بهترین رهبران را دارند.

تمام رهبران بزرگ بهترین انتقال‌دهندگان تجربه هستند که هدف و بینش خود را به‌روشنی با دیگران در میان می‌گذارند. حضرت عیسی، بودا، مادر ترزا، گاندی و حضرت محمد همه بزرگ‌ترین رهبران عالم هستند که نشان می‌دهند در انتقال تجربه بهترین بودند.

پول در تجارتی که بهترین کالا یا خدمات را ارائه می‌دهد، جاری

نمی‌شود. پول در تجارتهایی جاری می‌شود که بهترین رهبران را دارند. تجارتی که انتقال تجربه را فراموش کرده، حتی اگر هزاران قلم جنس داشته باشد، بزودی از بین می‌رود. وقتی تجارتی از نظر مالی با مشکل مواجه است، اغلب مشکل از رهبر آن است که هدف و بینش شرکت و تجربه را نمی‌تواند انتقال دهد. ممکن است باهوش باشند، اما در برقراری ارتباط ضعف دارند.

مهارتهای رهبری لازم برای گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ با مهارتهای مدیریتی لازم برای گوشه‌های کارمندی و شغل آزاد کاملا متفاوت هستند. اشتباه نکنید. مهارتهای مدیریتی مهم هستند، اما بین مهارتهای مدیریتی و رهبری تفاوتهای عمده وجود دارد. مدیر ممکن است رهبر نباشد و رهبران خوب هم ممکن است مدیر نباشند.

بسیاری از افراد در گوشهٔ شغل آزاد و صاحبان شرکتهای کوچک را دیده‌ام که می‌خواهند تجارتشان را توسعه دهند اما نمی‌توانند. دلیل عمدهٔ نداشتن مهارتهای رهبری است. هیچ کس به حرف آنها گوش نمی‌دهد. کارکنانشان به آنها اطمینان ندارند و از آنها الهام نمی‌گیرند. بسیاری از مدیران متوسط را دیده‌ام که از نردبان شرکتها نتوانسته‌اند بالاتر بروند زیرا که توانایی ارتباط برقرارکردن با دیگران را ندارند. جهان پر از افراد تنها است که نمی‌توانند زن یا مرد زندگی خود را پیدا کنند زیرا که قادر به ارتباط برقرارکردن نیستند و نمی‌توانند خوبیهایشان را نشان دهند.

ارتباط برقرارکردن همهٔ ابعاد زندگی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و اولین مهارتی است که بازاریابی شبکه‌ای آموزش می‌دهد.

رهبران بازاریابی شبکه‌ای خود را به عنوان "انتقال‌دهنده تجربه با

درآمد بالا" معرفی می‌کنند. در واقع آنها در میان افرادی که تجارب خود را منتقل می‌کنند، بیشترین درآمد را دارند. دلیل آن این است که آنها بهترین انتقال‌دهنده تجربه هستند.

وقتی که به نشست آموزش تجارت بازاریابی شبکه‌ای رفتم، صاحبان تجارت زندگی واقعی موفقی را دیدم که از صفر شروع کرده بودند. بسیاری آموزگاران عالی بودند که از تجربه آموزگاری و نه تئوری استفاده کرده بودند. وقتی که در میان سمینار تجاری آنها بودم اغلب می‌دیدم که باگفته‌های صریح آنها موافقم و همان چیزی است که موجب موفقیت در جهان تجارت واقعی می‌شود.

بعد از این سمینارها، اغلب با سخنرانان صحبت می‌کردم. از این که چقدر درآمد داشتند حیرت زده شدم. درآمد آنها نه تنها از طریق تجارت، بلکه از طریق سرمایه‌گذاری بود. عده‌ای بیش از رئیس‌های اجرایی شرکتهای خصوصی آمریکا درآمد داشتند.

اما هربار که می‌رفتم، تحت تاثیر نکته دیگری از سخنرانان قرار می‌گرفتم. اگرچه خیلی ثروتمند بودند و نیازی به سخنرانی در این نشستها نداشتند، اما اشتیاق وافری به تدریس و کمک به دیگر همنوعان داشتند.

کم‌کم متوجه شدم که اساس بازاریابی شبکه‌ای بر این است که رهبران دیگران را بالا می‌برند در حالی که در شرکتهای سنتی و دولتی اساس بر بالا بردن عده‌ای معدود و دادن حقوق ثابت به دیگران است. این سخنرانان در جهان بازاریابی شبکه‌ای نمی‌گفتند: "اگر خوب کار نکنی کارت را از دست می‌دهی." در عوض می‌گفتند: "می‌خواهم کمک کنم تا روز به روز بهتر کار کنی. تا زمانی که بخواهی یاد بگیری، آماده کمک کردن هستم. ما در یک تیم هستیم."

رهبری کاملا ویژه

بسیاری ویژگیهای رهبری را در درون خود دارند، اما هرگز نتوانسته‌اند آنها را بروز بدهند. هرگز فرصت آن را نداشته‌اند. پدر پولدارم این مطلب را می‌فهمید. یکی از دلایل تشویق من برای پیوستن به تفنگداران دریایی آمریکا و رفتنم به ویتنام این بود که او می‌خواست مهارتهای یک رهبر را پیدا کنم.

اما برای این‌که رهبری درون خود را شکوفا کنید، حتما نیاز به پیوستن به تفنگدارن دریایی یا شرکت در جنگ ویتنام ندارید. همین فرصت را در بازاریابی شبکه‌ای می‌توان پیداکرد. زیبایی اصلی برنامه رهبری بازاریابی شبکه‌ای تنها توسعه رهبری نیست، بلکه نوع رهبری است که شکوفا می‌سازد.

بازاریابی شبکه‌ای سعی دارد تا رهبری بسازد که با تدریس عالی دیگران را تحت تاثیر قرار دهد و به دیگران دنبال کردن و رسیدن به آرزوهای زندگی‌شان را یاد دهد.

ارتش نوعی رهبر می‌سازد که به زنان و مردان برای دفاع از کشورشان الهام می‌دهد. جهان تجارت رهبری می‌سازد که تیمهایی برای پیروزی در رقابت با شرکتهای دیگر ایجاد کند. بازاریابی شبکه‌ای سعی دارد تا رهبری بسازد که با تدریس عالی دیگران را تحت تاثیر قرار دهد و به دیگران دنبال کردن و رسیدن به آرزوهای‌زندگی شان را یاد دهد.

به جای شکست دشمن یا رقبا، اکثر رهبران بازاریابی شبکه‌ای تنها

به دیگران درس و الهام می‌دهند تا بدون صدمه به دیگران استطاعت مالی فراهم کنند.

فرصت توسعه توانایی رهبری ارزشی بی مانند است که در درون بازاریابی شبکه‌ای است. البته در قسمتهای دیگر هم می‌توانید رهبری یاد بگیرید. از ارتش تا دولت و شرکتهای خصوصی هر کدام رهبر می‌سازد اما نه زیاد. رهبری واقعی به غیر از بازاریابی شبکه‌ای بسیار کمیاب است. جان در این مورد نکته جالبی دارد.

جان: آنچه به بازاریابی شبکه‌ای اختصاص دارد اتصال به گروهی از مردم است که صد در صد داوطلب هستند. حتی یک توزیع‌کننده بازاریابی شبکه‌ای را با این مشخصه پیدا نخواهید کرد که باید موقع ورود و خروج کارت بزند. نماینده مستقل را نه کسی استخدام و نه اخراج می‌کند. همه داوطلب هستند. هیچ کس نمی‌تواند به شما بگوید که چه کار کنید و هیچ کس نمی‌تواند به دیگری دستور دهد.

پس چرا موفق می‌شود؟ موتوری که آن را هدایت می‌کند چیست؟ پاسخ در یک کلمه است: رهبری.

رهبری ناشی از بازاریابی شبکه‌ای در همه جای زندگیِ شما خود را نشان می‌دهد.

چهار عنصر رهبری

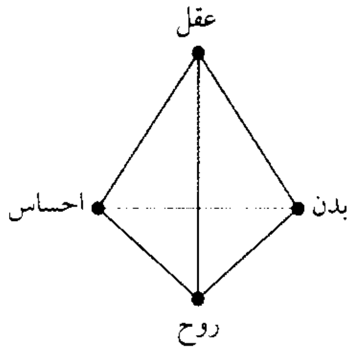
مدارس سنتی به شما کارمند خوب بودن را یاد می‌دهند. آنها تنها بر

یک چیز تمرکز دارند و آن توانایی ذهنی شماست. اگر بتوانید معادلات را حل کنید و امتحانها را خوب بدهید، پس برای اداره یک شرکت هوش لازم را دارید.

این مسخره است.

دلیل این کهَ من امروز یک کارآفرین موفق هستم به خاطر آموزشی است که در تفنگداران دریایی آمریکا دیده‌ام. مدرسه نظام از شما رهبری عالی می‌سازد. رهبری که تنها بر ذهن خود تمرکز ندارد و به تواناییهای روحی، فیزیکی و احساسی هم تمرکز دارد. به شما یاد می دهند که چطور تحت فشار تصمیم‌گیری کنید.

آموزش کافی برای پرواز با چرخ بال در ویتنام را دیده بودم اما بدون تقویت روحیه امکان نداشت. اگر قدرتم کافی نبود، ترس و احساس غلبه می‌کرد و موقع کنترل چرخ بال جنگی بی حرکت می‌ماندم. هماهنگی چهار عنصر فکر، احساس، بدن و روح برای انجام ماموریتهایم ضروری بود.



این تجربه دانش و تجربه لازم برای رهبری مؤثر در جهان تجارت را به من داد. این چهار عنصر لازمهٔ رهبری برای تمامی تجارتها می‌باشند. عقل، روح، بدن و احساس.

اگر این چهار بعد خود را کنترل نکنید، شکست می‌خورید. اگر این چهار عنصر را در کارمندان خود توسعه ندهید و بخواهید که رهبرانی مؤثر باشند، شکست می‌خورید. به همین سادگی است.

در مدرسهٔ نظام و با حضور در خطوط اول، به خوش آمد دیگران اهمیتی نمی‌دهید. البته همه می‌خواهیم که مورد علاقه دیگران باشیم. اما برای این که رهبری بزرگ باشید، باید حد و حدود را مشخص کنید و رفتار کارمندان خود را در نظر بگیرید و اگر لازم شد، تصحیح کنید. گاهی وقتها دیگران از دست شما عصبانی می‌شوند و هیچ راه دیگری نیست. اما با این کار تیمی ایجاد می‌کنید که انتظارات شما، و آنچه را برای‌تان قابل تحمل است یا تحمل‌پذیر نیست، می‌دانند.

فصل پانزدهم

دارایی هفتم: نظامی برای تولید ثروت واقعی

توماس جفرسون و جان آدامز جزء گروه سه نفره ایجاد اعلامیه استقلال آمریکا هستند که تا آخر عمر دوست صمیمی بودند اگرچه اختلاف نظر داشتند و گاهی هم اختلاف نظرشان بزرگ بود. مخالف سرسخت سیاسی هم بودند و در بسیاری از موارد کاملا با هم اختلاف نظر داشتند. سالها گذشت و کار به جایی کشید که دومین و سومین رئیس جمهور آمریکا با هم صحبت نمی‌کردند. اما در سالهای آخر عمرشان آشتی کردند و نامه‌نگاری آنها به هم یکی از بزرگ‌ترین گنجینه‌های ادبیات آمریکا است.

هر دوی آنها روز چهارم جولای ۱۸۲۶، پنجاه سال پس از اعلامیه استقلال آمریکا از دنیا رفتند. این دو با بنجامین فرانکلین برای تصویب اعلامیه استقلال آمریکا تلاش کردند.

نکته جالب توجه دیگر ثروت این دو است. جفرسون ملاک و از اشراف سنتی ویرجینیا بود که هزاران جریب زمین داشت. آدامز وکیلی

اهل ماساچوست، از خانواده‌ای کشاورز و فقیر بود که عمرش را بدون ثروت زیاد گذراند. اما روز مرگ این دو، آدامز یک صد هزار دلار ثروت داشت و جفرسون یک صد هزار دلار بدهی داشت.

ثروت با پول یکیَ نیست. ثروت با مقدار درآمد مشخص نمی‌شود بلکه، با زمان اندازه‌گیری می‌شود.

جفرسون پول و ملک داشت اما همه را از دست داد. آدامز هرگز پول زیادی نداشت و ساده زندگی می‌کرد. اما نحوه تولید سرمایه را به‌خوبی می‌دانست.

یکی از دلایل اصلی نوشتن این کتاب این است که تفاوت حیاتی بین پول و ثروت را متوجه شوید. چرا یک برنده چند میلیون دلاری بلیط بخت‌آزمایی ظرف سه سال ورشکسته می‌شود؟ دلیل سرازیر شدن پول فراوان برای کسی است که معنی ثروت را نمی‌داند.

ثروت با پول یکی نیست. ثروت با مقدار درآمد مشخص نمی‌شود، بلکه با زمان اندازه‌گیری می‌شود. اگر همهٔ پول من هزار دلار در حسابهای پس‌انداز و جاری بانک باشد، و روزانه صد دلار هزینه دارم، پس ثروت من مساوی ده روز است. ثروت توانایی ادامه زندگی از نظر مالی است. باید از خود سوال کنید: "اگر امروز دست از کار بکشم تا چند وقت از نظر مالی توانم ادامه دهم؟" پاسخ شما مقدار ثروت شما را نشان می‌دهد.

در واقع می‌توان این تعریف را عمیق‌تر کرد. ثروت را با غنای تجربهٔ زندگی شما به اضافه تعداد روزهایی که در آینده با آن سطح تجربه می‌توانید به زندگی ادامه دهید، اندازه‌گیری می‌کنند.

یکی از دلایلی که ثروتمند، ثروتمندتر می‌شود این است که نوع پولی که در می‌آورد متفاوت است. ثروتمندان برای تولید درآمد کار نمی‌کنند بلکه می‌خواهند ثروت تولید کنند. تفاوت عمده بین این دو وجود دارد.

یکی از عمیق‌ترین ارزشهای بازاریابی شبکه‌ای که اکثر مردم آن را دقیقا درک نمی‌کنند، موتور تولید ثروت شخصی است.

چهار قدم ساده برای آزادی اقتصادی

همسرم کیم و من می‌توانستیم بدون کار کردن، دریافت کمک از دولت، خرید و فروش سهام و سرمایه‌گذاری در صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک بازنشسته شویم. چرا تجارت سهام و صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک را انتخاب نکردیم؟ دلیل آن ریسک زیاد این تجارت است. به نظر من صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک هم یکی از مخاطره‌آمیزترین انواع سرمایه‌گذاری هستند.

کیم و من برای این که در جوانی پولدار شویم از یک طرح چهار قسمتی بسیار ساده استفاده کردیم. از سال ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۴ حدود نه سال طول کشید تا از نظر مالی آزاد و بازنشسته شویم. حتی یک سهام هم نخریدیم. این چهار مرحله به شرح زیر هستند:

۱. تأسیس تجارت خود
۲. در تجارت خود دوباره سرمایه‌گذاری کنید
۳. سرمایه‌گذاری در ملک و املاک
۴. خرید اشیای لوکس با استفاده از داراییهای خود

به نحوه عملکرد هر یک نگاه می‌کنیم.

اول: تأسیس تجارت خود

تأسیس تجارت خود به شما امکان درآمد بالا می‌دهد. به علاوه قوانین مالیاتی آمریکا نسبت به افرادی که در گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ هستند لطف فراوان داشته و افرادی را که درگوشه کارمندی هستند تنبیه می‌کند.

تجارت مانند یک کودک است که برای رشد وقت لازم دارد. معمولا یک تجارت حدود پنج سال برای این که موفق شود فرصت لازم دارد البته گاهی ممکن است زمان بیشتر یا کمتر شود.

دوم: در تجارت خود دوباره سرمایه‌گذاری کنید

کلید این روند این است که از تجارت خود برای امرار معاش استفاده نمی‌کنید. بسیاری از بازاریابهای شبکه‌ای که وارد این کار می‌شوند اول این اشتباه را می‌کنند که به محض تولید درآمد آن را خرج می‌کنند و به هزینه‌های زندگی خود می‌افزایند. خرید خودروی دوم، خانه‌ای بزرگ‌تر، تعطیلات گران‌قیمت و از این قبیل هزینه‌های تازه وارد زندگی می‌شوند.

دلیل این نیست که این افراد احمق هستند. حتی افرادی بسیار باهوش و با اطلاعات را دیده‌ام که چنین کاری می‌کنند. علت تنها یک دلیل است: بسیاری از این افراد هنوز درگوشهٔ کارمندی زندگی کرده نفس می‌کشند و فکر می‌کنند. اگر تولید ثروت را می‌خواهید، باید مانند گروه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران فکر کنید.

اول شغل روزانه خود را از دست ندهید. هدف این نیست که تجارت

جای شغل شما را بگیرد که در این صورت تجارت شما مانند شغلی تازه است. از این راه هیچ وقت ثروت ایجاد نمی‌شود. برعکس، وقتی که تجارت تازه شما درآمد دارد، فوری به قسمت دوم بروید و درآمد تازه را در تجارت خود دوباره سرمایه‌گذاری کنید تا بازهم رشد کند.

"اما من نمی‌خواهم شغل روزانه داشته باشم. از اینجور کار کردن متنفرم. اگرچه این همهٔ موضوع نیست. می‌خواهم به عنوان یک کارمند فکر نکنم.»

بسیاری از مردم به این دلیل قادر به تولید سرمایه زیاد نیستند که درآمد حاصله از تجارت خود را مجددا سرمایه‌گذاری نمی‌کنند.

پس می‌خواهید از گوشهٔ کارمندی خارج شوید و کار خود را رها کنید. شاید از شغلتان متنفر هستید. شاید مانند بسیاری از افراد حرفه‌ای که دیده‌ام به شغل خود علاقه دارید اما نمی‌خواهید هفته‌ای چهل، پنجاه یا شصت ساعت کار کنید. به هر دلیلی که باشد، واقعیت این است که اگر تمام درآمد تجارت جدید را ماهانه خرج کنید، پس تجارت نمی‌سازید بلکه شغل دیگری برای خود فراهم کرده‌اید.

صاحب تجارت برای ساختن تجارت خود هرگز از سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری مجدد دست بر نمی‌دارد. بسیاری از مردم به این دلیل قادر به تولید سرمایه نیستند که از درآمد در تجارت خود مجددا سرمایه‌گذاری نمی‌کنند.

حال به بازاریابی شبکه‌ای نگاه می‌کنیم.

جان: تجارت سنتی با گرفتن انبار جدید، هزینه تبلیغات در سطح کشور، تولید کالاهای تازه یا کانالهای توزیع جدید سرمایه‌گذاری مجدد می‌کند. اما بازاریاب شبکه‌ای این هزینه‌ها را ندارد. شرکت بازاریابی شبکه‌ای این سرمایه‌گذاریها را برای شما انجام می‌دهد.

پس چگونه در تجارت خود دوباره سرمایه‌گذاری کنید؟ قطعا قسمتهایی برای سرمایه‌گذاری عاقلانه وجود دارد. آموزش و پرورش خود، سفر کردن برای گسترده کردن شبکه در شهرهای دیگر، ابزارهای تبلیغی و آموزشی و منابعی که بتوانند تجارت شما را رشد دهند از این قبیل هستند.

عمدتاً بازاریابی شبکه‌ای تجارتی است که سرمایه اصلی آن پول نیست بلکه تلاش و وقت شماست.

پس قسمت عمده درآمد بازاریابی شبکه‌ای به شما بر می‌گردد تا روند جدی تولید ثروت را انجام دهید. اما دقت کنید که می‌گوییم: تولید "ثروت" و نه "هدر دادن ثروت".

اشتباهی را نکنید که دیگران مرتکب شده‌اند ـ کسانی که تمامی پول خود را خرج خودروهای بزرگ‌تر، خانه بزرگ‌تر و زندگی پرخرج‌تر می‌کنند. درآمد تجارت جدید خود را به باد ندهید.

به درآمد تازه خود احترام بگذارید و آن را مجدداً سرمایه‌گذاری کنید.

سوم: سرمایه‌گذاری در ملک

همزمان با رشد درآمد اضافی، آن را در ملک سرمایه‌گذاری کنید.

در اینجا طرح صندوق سرمایه‌گذاری مشترک، سهام یا سایر اوراق بهادار وجود ندارد. با این که اینها را به آسانی می‌توانید بخرید، تجارت سهام و صندوق سرمایه‌گذاری مشترک ریسک زیاد دارد و درآمد آن هم شامل مالیات بر سرمایه افزوده می‌شود. برای سرمایه‌گذاری باید آموزش لازم را ببینید تا خطر آن کمتر شود. در این طرح پول اضافی را برای نوعی از دارایی سرمایه‌گذاری می‌کنیم که درآمد تولید کند. داراییهای مختلف این ویژگی را دارند اما به دو دلیل ملک بهتر است.

اول این که قوانین مالیاتی به نفع کسی است که در ملک سرمایه‌گذاری کند. دوم این که بانک شما برای ملک به شما وام می‌دهد. اگر از بانک خود بخواهید تا وام سی ساله با بهره شش و نیم درصد برای سرمایه‌گذاری در سهام به شما قرض دهد، حتما با خنده شما را از بانک بیرون می‌کنند.

اغلب از من می‌پرسند: "چطور می‌توانم ملک بخرم در حالی که پول اجاره دادن را هم ندارم؟" سوال خوبی است. تا زمانی که پول اضافی نداشته باشید، امکان آن نیست. به همین دلیل است که این مرحله بعد از برقرار کردن تجارت شما و سرمایه‌گذاری مجدد در آن مطرح می‌شود. پس باید پول اضافی داشته باشید.

اما منظورم از سرمایه‌گذاری در ملک چیست؟ بسیاری نمی‌دانند که ملک و املاک به عنوان یک دارایی چگونه کار می‌کند. اغلب فکر می‌کنند که ملک را به قیمتی می‌خرند و به سرعت یا بعد از مدتی آن را به قیمت

بیشتر می‌فروشند. خیر، اینطور نیست. درست مثل این که گاوی را خریداری کنید و بعد آن را برای گوشت استیک بفروشید. باید گاو را بخرید و همیشه از فروش شیر آن استفاده کنید.

هدف از خرید ملک فروش آن نیست، بلکه باید آن را به دارایی تبدیل کنید که درآمد توَلید کند.

انجام دادن این کار نیاز به زمان، آموزش، تجربه و پول دارد. درست مانند یادگرفتن سایر کارهای جدید، اشتباه نکردن ممکن نیست و اشتباه در ملک بویژه اداره ساختمان می‌تواند خیلی گران تمام شود. سرمایه‌گذاری در ملک بسیار کند و همراه با ریسک است مگر این که درآمد اضافی داشته و از مزایای مالیاتی تجارتهای بزرگ استفاده کنید.

دلیل آن که اغلب مردم نمی‌توانند در ملک ثروتمند شوند، کمبود پول نقد است. واقعیت این است که بهترین معاملات ملکی گران هستند. اگر پول زیاد ندارید، تنها می‌توانید معاملاتی انجام دهید که با دست به دست کردن پول دیگران است. بسیاری از افراد به دنبال سرمایه‌گذاری در ملک اما بدون پول پیش می‌گردند زیرا که پول پیش ندارند. به غیر از افراد با تجربه و با پول زیاد که زمان استفاده آن را می‌دانند، سرمایه‌گذاری در ملک بدون پول پیش گران‌ترین سرمایه‌گذاری زندگی شما خواهد شد.

چهارم: با داراییهای خود اجناس لوکس بخرید

سالها حتی پس از این که من و کیم همسرم قدرت مالی کافی داشتیم، در خانه‌ای کوچک زندگی می‌کردیم که اقساط ماهانه آن چهارصد دلار در ماه بود و خودروی معمولی داشتیم. در همین حین پول اضافی تجارت ما صرف سرمایه‌گذاری در ملک می‌شد.

امروز هم که در منزلی بزرگ زندگی می‌کنیم و شش خودرو لوکس داریم، این داراییهای ما هستند که اینها را خریده‌اند و ما از آنها لذت می‌بریم. آنها را ما نخریده‌ایم.

وقتی که صحبت از اجناس لوکس می‌کنم منظورم ولخرجی یا خودنمایی نیست. منظورم خرید چیزهایی است که بیش از نیاز شماست اما از آن لذت می‌برید.

برای نمونه کسی را در نظر بگیرید که از شغلش راضی نیست. اگر به او بگویید: "اگر شغلت را دوست نداری باید آن را رها کنی." چه خواهد گفت؟

از خدا می‌خواهم، اما توانایی داشتن این جنس لوکس را ندارم.

بله، درست است. برای بسیاری از افراد نداشتن شغل اولین جنس لوکس است که می‌خواهند. چگونه می‌توان این جنس لوکس را به‌دست آورد؟ مانند بقیه اجناس است. از سرمایه‌ای که در ملک یا تجارت خود دارید بخواهید تا آن را برای شما خریداری کند. برای این منظور باید داراییهای شما به حدی برسد که توان خرید آن را برای شما داشته باشد.

می‌بینید چطور کار می‌کند؟

از درآمد خود اجناس لوکس نمی‌خرید. درآمد شما صرف ساختن داراییهای شما می‌شود که شامل تجارت شما و سرمایه‌گذاری در ملک است. وقتی که به حد لازم رسیدند، اجناس لوکس را برای شما می‌خرند.

حال به مسئله آرزوها می‌رسیم.

فصل شانزدهم

دارایی هشتم: آرزوهای بزرگ و توانایی رسیدن به آنها

یکی از با ارزش‌ترین مسائل شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای تاکید بر اهمیت دنبال کردن آرزوهاست. توجه کنید که نگفتم به‌دست آوردن آرزوها، بلکه دنبال کردن آرزوها مهم است.

این شرکتها شما را تشویق می‌کنند تا آرزوهای بزرگ داشته باشید. یکی از نیروبخش‌ترین تجربه‌هایی که در بررسی شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای دیدم بزرگ‌تر شدن آرزوها و دید من بود.

تجارتهای سنتی اغلب علاقهٔ زیادی به آرزوهای بزرگ شما ندارند. آنها در صورتی که شما آرزوهای نسبتا کم داشته باشید، خوشحال‌تر هستند. مثلا مسافرتی کوتاه، خانه مسافرتی مشترک، یک سرگرمی و بازی گلف بعد از ظهر روزهای تعطیل از این قبیل هستند.

داشتن آرزوهای کوچک چیز بدی نیست، اما این نوع زندگی کوچک است.

وقتی که بزرگ می‌شدم، همیشه از پدر و مادرم می‌شنیدم که

"نمی‌توانیم پول آن را بدهیم." پدر پولدارم من و پسرش را از گفتن این جمله منع کرد و به جای آن می‌گفت: "چگونه می‌توانیم پول آن را فراهم کنیم؟"

با این که بین این دو جمله تفاوت کمی دیده می‌شود، اما تفاوت بسیار است. این تغییر کوچک در طرز فکر، همراه با تجربه، دید و تصمیمهای بزرگ زندگی هستند که می‌توانند شما را میلیونها مایل از جایی که هستید دور کنند.

اگر به این جمله عادت کنید که "چگونه می‌توانم پول آن را فراهم کنم؟" پس آرزوهای بزرگ‌تر دارید. نه تنها آرزوهای بزرگ‌تر دارید، بلکه امکان تحقق آنها را باور دارید. با گفتن "نمی‌توانیم پول آن را بدهیم." در واقع آرزوهای خود را به باد می‌دهید. در این دنیا به اندازه کافی افرادی هستند که آرزوهای خود را به باد می‌دهند. شما لازم نیست به آنها بپیوندید. شاید هم این منظور را ندارند اما با گفتن این جمله آرزوها را از بین می‌برند.

"نمی توانی."
"خیلی ریسک دارد. می‌دانی چند نفر خواستند و شکست خوردند؟"
"ساده نباش. از کجا چنین ایده‌ای را پیدا کرده‌ای؟"
"اگر خیلی فکر خوبی است، چرا تاکنون دیگری به فکر آن نیفتاده؟"
"سالها قبل این کار را کردم. بگذار بگویم موفق نخواهی شد."

این جملات کشنده آرزوها هستند و جالب است که همیشه از طرف کسانی مطرح می‌شوند که آروزهای خود را رها کرده‌اند.

خرید خانه‌ای بزرگ، کوشش، یادگیری و بیشترین تلاش برای رشد فردی را می‌طلبد. اما مهم این است که در این روند از شما چه‌کسی ساخته می‌شود.

وقتی که من و همسرم کیم ورشکسته شدیم، به هم گفتیم که اگر ثروت زیاد به‌دست آوردیم خانه‌ای بیش از یک میلیون دلار می‌خریم. خانه‌ای بزرگ می‌خریم. همین طور شد و از زندگی در خانه بزرگ لذت می‌بریم. البته خانه برای ما اهمیت نداشت، بلکه توانایی خرید خانه بزرگ مهم بود. مهم این بود که در این روند ما چگونه افرادی‌شدیم.

خرید خانه‌ای بزرگ، کوشش، یادگیری و بیشترین تلاش برای رشد فردی را می‌طلبد. اما مهم این است که در این روند از شما چه کسی ساخته می‌شود.

پدر پولدارم می‌گفت: "افرادی که آرزوهای کوچک دارند، به زندگی‌های کوچک ادامه می‌دهند."

هر کس آرزویی دارد، اما همهٔ آرزوها یکسان نیستند. پدر پولدارم به من یاد داد که پنج نوع آرزوکننده داریم:

- افرادی که آرزوهایشان در گذشته آنها است.
- افرادی که رویاهای کوچک دارند.
- افرادی که به آرزوی خود رسیده‌اند اما زندگی خسته کننده دارند.

- افرادی که آرزوهای بزرگ دارند اما نمی‌دانند چگونه آنها را عملی کنند.
- افرادی که آرزوهای بزرگشان تحقق یافته و آرزوهای بزرگ‌تر در فکر دارند.

افرادی که آرزوهایشان در گذشته آنهاست

افرادی که بزرگ‌ترین موفقیتهایشان را در گذشته خود می‌بینند، با داستانهای روزهای دانشگاه، سربازی، تیم فوتبال دبیرستان و زندگی در مزرعه کودکی‌شان زنده هستند. اما وقتی صحبت از آینده کنید، احتمالا سر تکان می‌دهند و می‌گویند جهان به جهنم تبدیل شده است.

کسی که با آرزوهای گذشته‌اش زندگی می‌کند، در واقع زنده نیست. این افراد ممکن است نمرده باشند، اما واقعا زندگی نمی‌کنند. تنها راه زندگی آنها یادآوری گذشته است.

افرادی که آرزوهای کوچک دارند

برخی از افراد با آرزوهای کوچک خود را محدود می‌کنند و این را تنها راه تحقق آرزوهایشان می‌دانند. عجیب است که با این حال اغلب به آرزوهایشان نمی‌رسند. شاید علت این باشد که آنها خود می‌دانند که در صورت تحقق این آرزوها هدفی برای زندگی ندارند مگر این که طرز فکر خود را با داشتن آرزویی بزرگ‌تر به چالش بکشند.

به عبارت دیگر آنها زندگی کوچک را به مخاطرات و هیجان زندگی بزرگ ترجیح می‌دهند. بعدها از آنها می‌شنوید که می‌گویند: "می‌دانید، سالها قبل باید این کار را انجام می‌دادم اما هرگز وقتش را نداشتم."

از کسی پرسیدم: "اگر تمام پولهای دنیا را داشتید به کجا سفر می‌کردید؟"

گفت: "به کالیفرنیا برای دیدن خواهرم می‌رفتم. چهارده سال است که او را ندیده‌ام و خیلی دوست دارم او را ببینم، بخصوص قبل از این که بچه‌هایش بزرگ‌تر شوند می‌خواهم او را ببینم. این تعطیلات آرزوی من است."

آن روزها این سفر پانصد دلار هزینه داشت. سوال کردم که چرا زودتر سفر نکرده است. گفت: "خیلی سرم شلوغ است." به عبارت دیگر به جای این که از خواب بیدار شود و به این سفر برود، ترجیح می‌داد تا در رویایش باشد.

پدر پولدارم می‌گفت که این افراد خطرناکترین افراد هستند. "آنها مانند لاک‌پشت هستند و به لاک آرام و ساکت خود فرو می‌روند. اگر در بزنید و بخواهید داخل لاک آنها را ببینید، ممکن است عصبانی شوند و شما را گاز بگیرند."

درسی که می‌گیریم این است: به لاک پشتها اجازه بدهید تا در رویاهای خود باشند. اکثر آنها جایی نمی‌روند و به نظر خودشان مشکلی ندارند.

افرادی که به آرزوی خود رسیده امازندگی خسته کننده‌ای دارند

یکی از دوستانم می‌گفت: "بیست سال قبل آرزوی دکتر شدن داشتم. دکتر شدم و از آن لذت می‌بردم. اما حالا زندگی خسته کننده شده و چیزی کم دارم."

خسته کننده بودن زندگی علامت نیاز به آرزوهای جدید است. پدر

پولدارم می‌گفت: "بسیاری از افراد در حرفه‌هایی که از زمـان دبیرستان آرزوی آن را داشته‌اند، فعالیت می‌کنند. مشکل ین است که سالها از زمان دبیرستان گذشته و زمان ماجراجویی تازه رسیده است."

افرادی که آرزوهای بزرگ دارند اما نمی‌دانند چگونه آنها را عملی کنند

همهٔ ما افرادی را در این گروه دیده‌ایم. آنها می‌گویند: "پیشرفتی بزرگ به‌دست آورده‌ام. طرح جدیدم را برایتان بازگو می‌کنم. "یا" این بار فرق می‌کند."یا" چیز دیگری پیش آمده."یا" این بار بیشتر از قبل تلاش می‌کنم. صورتحسابها را پرداخت می‌کنم و سرمایه‌گذاری می‌کنم." یا "شنیده‌ام شرکت تازه‌ای در شهر آغاز به‌کار کرده کـه دنـبال کسـی بـا مـدرک مـن می‌گردند. این فرصت طلایی من است."

پدر پولدارم می‌گفت: "این افراد اغلب لقمه‌های بزرگ بر می‌دارند اما می‌خواهند همهٔ کار را خود انجام دهند. اما عده معدودی به تنهایی قادر به تحقق آرزوهایشان هستند. آنها باید آرزوهای بزرگ داشته باشند امـا باید طرحی برای آن داشته باشند و تیمی که بتواند آن را عملی کند."

افرادی که آرزوهای بزرگشان تحقق یافته و آرزوهای بزرگ‌تر در فکر دارند

فکر می‌کنم که همهٔ ما دوست داریم در این گروه باشیم. من که ایـن طور هستم. شما چی؟

پدر پولدارم مـی‌گفت: "افـراد بـزرگ آرزوهـای بـزرگ دارنـد و افـراد کوچک آرزوهای کوچک. اگر بخواهید خود را عوض کنید، باید اول از اندازه آروزهایتان شروع کنید."

همانطور که می‌دانید، مدتی کاملا ورشکسته شدم و بـا هـمسرم در

خودرو زندگی می‌کردم. می‌دانم چه احساسی دارد. اما ورشکستگی موقعیتی گذراست. فقیر بودن فرق می‌کند و یک طرز فکر است. ممکن است ورشکسته باشید اما از نظر روحیه، امید، شهامت و مصمم بودن غنی باشید. آرزوی بزرگ داشتن هزینه‌ای ندارد و آرزوی خیلی بزرگ هم مجانی است. مهم نیست که ورشکسته باشید، بلکه با رها کردن آرزوهایتان فقیر می‌شوید.

طرز زندگی در بازاریابی شبکه‌ای از این نظر بی مانند است که شما آرزوهایتان را محدود به یک زمان مشخص نمی‌کنید. با پیوستن به تجارت بازاریابی شبکه‌ای آرزوهای‌خود را دنبال می‌کنید که البته روز اول قدمهای کوچکتر آن را بر می‌دارید.

این تغییر از طرز فکر "نمی‌توانم" به "می‌توانم"، تحولی است از بازیچه شرایط بودن به کنترل زندگی خود و از بندگی به آزادی.

تورو فیلسوف معروف در والدن به تفکر عمیق درباره زندگی خودمختار اشاره می‌کند:

> "از تجربه‌هایم حداقل این را یاد گرفته‌ام که اگر کسی در جهت تحقق آرزوهایش پیشرفت کند و در جهت زندگی‌ای که تصورش را دارد تلاش کند، با موفقیت غیرقابل انتظاری روبه‌رو خواهد شد."

از این بهتر نمی‌توان توضیح داد.

فصل هفدهم

تجارتی که زنان در آن پیشرفت می‌کنند

نویسنده: کیم کیوساکی

چندبار از همسرم کیم مطالبی را مطرح کردم. نحوهٔ آشنایی من با او را می‌دانید. دربارهٔ سختیها، اهداف و راهبردهای ما و این که چگونه زندگی ما عوض شده می‌دانید. قبل از پایان این کتاب فکر کردم فرصت خوبی است تا از کیم هم مستقیماً مطالبی رابخوانید. ــ رابرت کیوساکی

رابرت درباره بازاریابی شبکه‌ای توضیحاتی داد که از طرق مختلف می‌تواند برای شما با ارزش باشد. من هم راه دیگری را اضافه می‌کنم: بازاریابی شبکه‌ای تجارتی قدرتمند برای زنان است.

اگر به آمار جامعه بازاریابی شبکه‌ای نگاه کنید، اولین و جالب توجه‌ترین مطلب این است که تعداد زنان در این تجارت چهار برابر مردان است.

بله، درست شنیدید. بر اساس انجمن فروش مستقیم از هر پانزده

میلیون نفر که در آمریکا به کار بازاریابی شبکه‌ای مشغول هستند، هشتاد و هشت درصد زن هستند. با این که از نسبت زن و مرد در شصت و دو میلیون نفر نیروی بازاریابی شبکه‌ای در جهان خبر نداریم، اما احتمالا همین نسبت در همه‌جا دیده می‌شود.

طرز حمایت، مربی‌گری و پرورش اعضای شبکه یک بازاریاب شبکه‌ای به گونه‌ای است که زنان در آن موفق می‌شوند.

از نظر تاریخی یکی از دلایل این است که بسیاری از اعضای خانواده بازاریابی شبکه‌ای را به عنوان شغل پاره وقت در نظر گرفته‌اند و برای خانواده‌ای که مرد نقش اصلی نان آور را دارد اغلب زنان هستند که کارهای پاره وقت و تجارت از درون خانه را انجام می‌دهند.

عامل دیگر این است که این تجارت از خانه انجام می‌شود. پس کاملا با نیازهای بزرگ کردن بچه‌ها و خانه داری سازگار است.

اما به نظر من بیش از این دلایل تاریخی و کاربردی دلایل دیگری در کار است. بازاریابی شبکه‌ای در اصل تجارت رابطه است. همانطور که رابرت گفت، این تجارت به فروش مربوط نمی‌شود بلکه عامل اصلی ارتباط برقرار کردن است. اصل آن تثبیت رابطه، مربی‌گری، آموزش و تعلیم و تربیت است. کار روزانه ایجاد شبکه شباهت کمی به افزایش محدوده فروش دارد و بیشتر مانند ساختن یک جامعه است.

طرز حمایت، مربی‌گری و پرورش اعضای شبکه یک بازاریاب شبکه‌ای به گونه‌ای است که زنان در آن موفق می‌شوند.

البته اینها به این معنی نیست که مردان نمی‌توانند در بازاریابی

شبکه‌ای موفق شوند. میلیونهامرد هر روز در این تجارت موفقیت خود را نشان می دهند. اما اصل این است که در این طرح تجاری زنان موفق می‌شوند.

زنان چه‌می خواهند؟

زنان امروز واقعا می‌خواهند چگونگی تولید ثروت خودشان را یاد بگیرند و این چیز خوبی است.

یک روزنامه‌نگار جوان چند سال قبل به طرف من آمد و با اشتیاق گفت: "باید زنان را آگاه کنیم تا اداره پولشان را به عهده بگیرند. زنان نباید به دیگران اتکا کنند تا این کار را برایشان انجام دهند."

بعد از این که با هم صحبت کردیم، متوجه شدم اشتیاق و علاقه او از کجا بود. مادر ۵۴ ساله‌اش پس از طلاق به خانه او رفته و از نظر مالی هم هیچ چیزی نداشت. او باید مادر و خودش را تامین می‌کرد.

این مسئله موجب بیداری او شده بود اما بدتر از همه این بود که بعد از بررسی وضعیت مالی خودش متوجه شده بود که منبع مالی او برای تامین خود و مادرش کافی نبود. اگر به هر دلیلی درآمد ماهانه او متوقف می‌شد، تنها پس‌انداز هفت‌هزار دلاری او برایش می‌ماند.

پس‌انداز هفت‌هزار دلاری برای دو نفر به جایی نمی‌رسد. او و مادرش فاصله کمی با فقر و حتی بی‌خانمانی داشتند. تَعجبی نداشت که آگاهی زنان برای کنترل وضعیت مالی خود مورد علاقه او بود.

خوشبختانه من در موقعیت این زن نیستم. رابرت و من تا آخر عمر از نظر مالی تامین هستیم و ربطی به وضعیت اقتصاد هم ندارد.

اما با این که مانند این زن زیر تیغ نیستم، به همان اندازه به موضوع

استقلال مالی زنان علاقه دارم.

مسئله "چگونگی انجام دادن کار" در بازاریابی شبکه‌ای برای زنان و مردان یکسان است. اما دلایلی که زنان را به سمت بازاریابی شبکه‌ای می‌کشاند با دلایل مردان متفاوت است.

می‌دانیم که زندگی ما با مادران ما خیلی تفاوت دارد، اما شاید درجه تفاوت آن شما را حیرت‌زده کند. شش دلیل برای این که زنان باید وارد بازی تولید ثروت شوند اینها هستند:

اول: آمار

آمار رابطه زنان و پول باورنکردنی است. بر اساس اداره آمار آمریکا (برای کشورهای دیگر هم ارقامی مشابه صدق می‌کند):

- ۴۷ درصد زنان بالای ۵۰ سال مجرد هستند و به عبارت دیگر خود مسئول وضعیت مالی خود هستند.
- درآمد بازنشستگی زنان در مقایسه با مردان نصف است زیرا که مردان نان‌آور اصلی خانه هستند. متوسط کار نکردن برای زنان چهارده و هفت دهم سال است و برای مردان یک سال و شش دهم است. این مسئله را که با حقوق کمتر زنان جمع بزنید، می‌بینید که درآمد بازنشستگی زنان یک‌چهارم مردان است. (نقل شده از مرکز ملی تحقیقات بازنشستگی و زنان.)
- زنان هفت تا ده سال بیش از مردان زندگی می‌کنند. پس به درآمد بیشتری نیاز دارند. (آن لترس، دوازده جون سال ۲۰۰۰.) اما زنان متاهل که درست بعد از جنگ جهانی دوم به دنیا آمده‌اند، انتظار

می‌رود بین پانزده تا بیست سال بیش از شوهران خود زندگی کنند.

- سه‌چهارم افراد مسن فقیر زن هستند. (مورنینگ استار فاند اینوستور.)
- تقریباً از هر ده زن، هفت نفر در مرحله‌ای از زندگی‌شان در فقر زندگی می‌کنند.

این آمار به ما چه می‌گوید؟ می‌گوید که روز به روز به تعداد زنانی که تحصیلکرده نیستند و توانایی مالی برای نگهداری از خود را ندارند، افزوده می‌شود. بویژه هر چه سن آنها بیشتر می‌شود، وضعیت بدتر است. تمام عمرمان را برای نگهداری از خانواده خود صرف می‌کنیم اما توانایی نگهداری از خود را نداریم.

دوم: از وابسته بودن بپرهیزید

وقتی که ازدواج می‌کنیم انتظار طلاق را نداریم. وقتی که کاری را شروع می‌کنیم، انتظار از کار بیکار شدن را نداریم. اما رخ می‌دهد و امروزه تعداد آن بیشتر و بیشتر می‌شود.

زنان گوش بدهید. اگر به شوهر، رئیس یا هرکس دیگری برای آینده مالی خود تکیه کرده‌اید، یک‌بار دیگر خوب فکر کنید. ممکن است این افراد نباشند. اغلب تا زمانی که با واقعیت بیدارکننده رو به رو نشده‌ایم، شدت وابستگی را نمی‌دانیم.

سوم: سقف شیشه‌ای در کار نیست

در کنار تمامی چالشهایی که پس از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸

کارمندان شرکتها دیده اند، زنان یک سد دیگر هم دارند که همان سقف شیشه‌ای معروف است. بله، درست است. حتی امروز هم به خاطر جنیست، زنان تا حدی قادر به صعود از نردبان شرکتهای خصوصی هستند. زنان بالایِ ۵۰ سال که بخواهند دوباره وارد دنیای استخدام شرکتها شوند وضعیتی دارند که بهتر است درباره آن صحبت نشود.

در جهان بازاریابی شبکه‌ای، مسئله سقف شیشه‌ای برای زنان وجود ندارد. شرکت بازاریابی شبکه‌ای شما اهمیتی به این که شما زن یا مرد، سیاه یا سفید، فارغ تحصیل دانشگاه یا از دبیرستان ترک تحصیل کرده‌اید، نمی‌دهد. تنها به این اهمیت می‌دهد که شما با جدیت و به‌صورت مؤثر شبکه خود را بسازید و همانطور که گفتم، تعداد زنان چهار برابر مردان است. تفاوتی بین کار مردان و زنان هم نیست.

کلید، مهارت و تحصیل و تجربه شماست. محدودیت یا سقف یا شیشه‌ای برای زنان بازاریابی شبکه‌ای وجود ندارد.

چهارم: درآمد محدود نیست

وجود سقف شیشه‌ای و نابرابری حقوق زن و مرد در بازار شغلی موجب شده که درآمد زنان محدودتر باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که به ازای هر دلاری که یک مرد حقوق می‌گیرد، زنی که تحصیلات و مدارک مشابه دارد هفتاد و چهار سنت حقوق می‌گیرد.

اما تجارت بازاریابی شبکه‌ای کاملا امکان ترقی دارد. صرف نظر از جنسیت، درآمدی که از ساختن شبکه خود کسب می‌کنید، نامحدود است.

پنجم: افزایش عزت نفس

شخصاً فکر می‌کنم که این بزرگ‌ترین مزیت بازاریابی شبکه‌ای، و یکی از محکم‌ترین دلایل پیوستن زنان به این تجارت است. عزت نفس زنان معمولا با قدرت درآمد آنها رابطه دارد. وابسته بودن به دیگران در مسائل مالی می‌تواند عزت نفس را کاهش دهد. ممکن است کارهایی را انجام دهید که اگر نیاز به پول مطرح نبود، دست به این کارها نمی‌زدید.

زنانی را دیده‌ام که وقتی دانش درآمد شخصی خود را پیدا کرده‌اند، از نظر عزت نفس رشد قابل توجه داشته‌اند. وقتی که عزت نفس زنان بیشتر می‌شود، رابطه آنها با افراد دور آنها بهتر می‌شود. عزت نفس بالا منجر به‌موفقیتهای بیشتر شده و در نهایت بزرگ‌ترین هدیه یعنی آزادی را به‌بار می‌آورد.

ششم: کنترل وقت خود

هنگامی که باید انرژی خود را به تولید ثروت واقعی صرف کنید، یکی از موانع بزرگ زنان در مقایسه با مردان کمبود وقت است ـ بویژه اگر مادری ساعتها را صرف نگهداری کودکانش کند. از بسیاری زنان شنیده‌ام که "بعد از کار که به خانه می‌روم باید غذا حاضر کنم، به تکالیف مدرسه بچه‌ها کمک کنم و ظرفها را بشورم. وقتی که همه می‌خوابند و لحظه‌ای برای خودم دارم، به شدت خسته‌ام."

به عنوان یک بازاریاب شبکه‌ای، کنترل وقت در دست شما است. این تجارت را می‌توانید به‌صورت پاره‌وقت یا تمام وقت انجام دهید. از خانه با تلفن یا رایانه، بعد از ظهر، آخر هفته یا هر وقت دیگر یا در هر کجا که

باشید، می‌توانید انجام دهید. تجارت با شما سفر می‌کند و در جیب شماست. اگر شرایط و برنامه شما فشار بیاورد، می‌توانید در نیم ساعت استراحت خود کار کنید.

تولید ثروت ضروری است

شش دلیلی که نشان می‌دهد چرا زنان باید ثروت خود را تولید کنند دیدیم. آمار نشان می‌دهد که چگونه زمانه برای زنان عوض شده و نیاز به تحصیلات مالی امروزه ضروری است. اگر از نظر مالی به دیگری وابسته هستید، مانند این است که تاس بیندازید. ممکن است برنده شوید اما ریسک آن زیاد است.

سقف شیشه‌ای و محدودیتهای درآمد چیزهایی هستند که سالها زنان با آنها جنگیده‌اند. اینها در بازاریابی شبکه‌ای از بین رفته‌اند. دو امتیاز افزایش عزت نفس و آزادی‌مقدار وقتی که می‌خواهید صرف تجارت کنید بزرگ‌ترین امتیازهای‌این تجارت هستند.

از میان دلایلی که ذکر کردم نمی‌دانم کدام مهم‌تر است. نمی‌توانم به‌صورت مستقیم با اکثر شما صحبت کنم. شما زن معمولی نیستید، شما خودتان هستید. تنها دلیل قانع‌کننده برای ایجاد تجارت بازاریابی شبکه‌ای را خود شما می‌توانید تعیین کنید.

برای خود ثروت تولید کنید... و از این کار لذت ببرید

صرف نظر از این که دلیل قانع‌کننده شما چیست، باید بدانید که وقتی بازاریابی شبکه‌ای را آغاز می‌کنید، لذت شما شروع می‌شود.

بله، وقتی می‌بینید که صد دلار، هزار دلار یا ده‌هزار دلار اضافی در ماه

می‌توان به‌دست آورد، لذت دارد. به علاوه می‌توانید از وابسته بودن پرهیز کرده و کنترل وقت خود را به عهده بگیرید. اما اگر از کار لذت نبرید، بزودی خود را در همان چاله‌ای می‌بینید که بسیاری در شرکتهای خصوصی می‌بینند. به زبان ساده باید به آنچه می‌کنید اشتیاق و علاقه داشته باشید وگرنه حساب بانکی شما تحت تاثیر آن قرار می‌گیرد.

به همین دلیل است که تجارتهایی که برگزاری جشنها را ترتیب می‌دهند برای بسیاری از زنان مناسب هستند. این تجارت نوعی از بازاریابی شبکه‌ای است که جشنهای داخل منازل را ترتیب می‌دهد. از این طریق می‌توانید در حالی که با دوستان و فامیل خود وقت می‌گذرانید، شبکه‌ای اجتماعی برای تولید ثروت ایجاد کنید و از آن لذت ببرید.

یکی از نکات جالب قسمت برگزاری جشنها در بحرانهای اقتصادی، ادامه دار بودن و موفقیت آن است. در واقع این یکی از دلایل قدرت بازاریابی شبکه‌ای است. شرکتهایی مانند ورورک (جافرا کازمتیکس)، ماری کی، تاپرور، سنتسی، پارتی لایت، استمپین آپ، جواهرات پارک لین، شرکت لانگ برگر و ساترن لیوینگ ات هوم نمونه‌هایی از شصت و چهار شرکت فروش مستقیم هستند که فروش عمده فروشی آنها سالانه بیش از یک صد میلیون دلار است.

به‌گزارش مجله خبرهای فروش مستقیم چاپ سپتامبر ۲۰۰۹، شرکت تیستفولی سیمپل که جشنها را برگزار کرده و غذا تهیه می‌کند، با وجود رکود اقتصادی سال ۲۰۰۸ ، فروش آن پنج درصد افزایش داشته است. شرکت پمپرد شف که توسط وارن بافه میلیاردر معروف در سال ۲۰۰۲ خریداری شد، در همان دوره پنج درصد افزایش جذب نیرو داشته است.

نکته چیست؟ شرکتهای برگزاری جشن فرصتهایی با ریسک کم و

سود بالا هستند که مناسب زنانی هستند که می‌خواهند استقلال مالی خود را به‌دست بگیرند. به مادرانی که در خانه هستند و می‌خواهند به جمع کارآفرینان بپیوندند، زنانی که می‌خواهند به حقوق خود اضافه کنند، دانشجویانی که امید به درآمد اضافی دارند و هر زنی که دنبال فرصت تولید ثروَت خودش است، این را توصیه می‌کنم. از انجام دادن آن هم لذت می‌برید.

بدانید چه چیزی مهم است

اولین باری که با رابرت بیرون رفتیم، از من پرسید که با زندگی‌ام چه می‌خواهم بکنم. به او گفتم که مایلم روزی صاحب تجارت خود باشم. او گفت: "در این راه می‌توانم کمکت کنم." ظرف یک ماه تجارت مشترک را آغاز کردیم.

اما او درباره چیزهای بزرگتر مانند مذهبی بودن و هدف از زندگی هم صحبت کرد. این در دههٔ هشتاد رخ داد، وقتی که همه به کارکردن معتاد بودند و به آن افتخار می‌کردند. دههٔ نود افراد نگاهی دیگر به زندگی خود کرده و سوالهای مشکل تری از خود می‌کردند. اما بعد از یازده سپتامبر بود که مردم گفتند: "صبر کن. چرا مانند یک خوکچه آزمایشگاهی روی چرخ دوندگی‌کنم؟ با زندگی‌ام چه می‌کنم؟ زندگی‌ام به کجا می‌رود؟"

همیشه از زنان شنیده‌ام که می‌گویند وقت تجارت پاره وقت از داخل خانه را ندارند. به آنها می‌گویم: "کلید موفقیت در تجارت این است که به زندگی خود نگاه کنید و واقعا به آن نگاه کنید و از خود بپرسید: "چه چیزی در زندگی من معنی بسیار دارد که باید آن را در زندگی‌ام داشته باشم؟"

چه چیزی در زندگی شما مهم است که می‌تواند موجب ساختن تجارتی شود که درآمد دارد و آن درآمد ثروتی ایجاد می‌کند که بقیه

زندگی شما را تامین می‌کند؟ اگر نتوانید این را مشخص کنید، پس چنین تجارتی را نخواهید داشت.

آزادی برای هر کس فرق می‌کند. موفقیت هم برای افراد متفاوت است. شخصی است و باید شخصی باشد. اعداد مطلق هستند؛ چه پنج هزار دلار و چه یک‌میلیون دلار، واقعا بی‌معنی هستند مگر این که در زندگی شما معنی داشته باشند.

اوایل ازدواج ما، من و رابرت هر دو به تجارت خودمان متعهد بودیم، نمی‌خواستیم دیگران به ما بگویند که چه کنیم و می‌خواستیم اختیار سرنوشت مالی خود را در دست بگیریم. آنقدر برای ما مهم بود که حاضر به قبول تمامی سختیهایش بودیم.

سالها طول کشید. شاید ده سال طول کشید. گاهی وقتها فشار نداشتن درآمد خیلی زیاد بود. همهٔ دوستان ما می‌گفتند که ما دیوانه هستیم و باید شغل عادی و درآمد ماهانه داشته باشیم. اما ما به هیچ وجه نمی‌خواستیم این کار را بکنیم.

در نهایت تصمیم گرفتیم که کاری انجام دهیم. رابرت درس دادن را شروع کرد. من هم به دوستی که خط تولید لباس داشت گفتم که به من امکان بازاریابی لباس بدهد. به آرایشگاهها می‌رفتم و بوتیکهای کوچک در آنجا برقرار می‌کردم. نه حقوقی و نه تضمینی درکار بود. تنها درصدی از فروش می‌گرفتم. واقعیت این است که درآمد ناشی از کمیسیون خیلی کم بود. اما مجبور بودم کاری انجام دهم.

اساس کارآفرینی را از این یاد گرفتم که باید در صحنه باشید و شما کارها را انجام دهید. اگر برای شما مهم باشد، امکان انجام دادن آن وجود دارد و باید بدانید که تنها راه آن تولید آن کار توسط خود شماست.

قسمت سوم

آینده شما همین حالا آغاز می‌شود

برای آغاز تجارت بازاریابی شبکه‌ای موفق چه چیزهایی لازم دارید

فصل هجدهم

عاقلانه انتخاب کنید

پس تصمیم گرفته‌اید که تجارت بازاریابی شبکه‌ای خود را آغاز کنید. تبریک می‌گویم. حال با یک انتخاب رو به رو هستید. هزاران شرکت بازاریابی شبکه‌ای در حال کار هستند. به کدام ملحق می‌شوید؟ چگونه انتخاب می‌کنید؟

تازه‌واردها به بازاریابی شبکه‌ای اغلب بدون تحقیق اولین شرکتی را که ببینند انتخاب می‌کنند. شاید اولین شرکتی که می‌گویند خوب است انتخابی عاقلانه باشد. اما باید انتخابی با آگاهی و تحقیق شده باشد که با احتیاط انجام می‌دهید. این آینده شما است که درباره‌اش صحبت می‌کنیم.

پس چگونه انتخاب می‌کنید؟ چه معیارهایی را در نظر می‌گیرید؟

"شرکت ما بهترین طرح پرداخت را دارد. می‌توانید درآمد عالی داشته باشید."

وقتی شرکتهای مختلف بازاریابی شبکه‌ای را بررسی می‌کردم، اغلب همین جمله را می‌شنیدم. آنها با اشتیاق می‌خواستند فرصتهای شرکتشان را به من نشان بدهند و داستانهای موفقیت صدهاهزار دلاری در ماهانهٔ افرادی راکه در شرکت آنها شروع به کار کرده‌اند نقل می‌کردند. از آنجایی که افرادی راکه صَدهاهزار دلار در ماه از بازاریابی شبکه‌ای درآمد دارند ملاقات کرده‌ام، در توانایی درآمد آنها شکی ندارم.

اما به شما توصیه نمی‌کنم که در درجه اول پول را معیار انتخاب تجارت بازاریابی شبکه‌ای بدانید.

بعد از پول معیار دوم کالاهای مفید این شرکتها هستند که موجب پیوستن افراد به آنها می‌شوند. در این هم شکی ندارم. در حالی که بسیاری غلو می‌کنند و از کالاهای‌خود زیادی تعریف می‌کنند، خودم کالاهایی را دیده‌ام که تا امروز از آنها استفاده می‌کنم. در واقع کیفیت بسیار بالای این کالاها یکی از ویژگیهای اصلی بازاریابی شبکه‌ای است.

اما کالا هم مهمترین سود این شرکتها نیست. تکرار می‌کنم: وقتی که شرکتی را برای کار انتخاب می‌کنید، کالا مهمترین معیار نیست. دلیل تاکید من این است که بسیاری فرض می‌کنند که کالا مهمترین عامل است. به یاد داشته باشید که شما فروشنده نیستید و برای‌خود کار می‌کنید و این تجارت ساختن شبکه است. وقتی که به شرکتهای مختلف نگاه می‌کنید، سوال اول در ذهن شما باید این باشد: "آیا این شرکت به من کمک می‌کند تا استاد شبکه‌سازی باشم؟"

اولین دلیل برای توصیه بازاریابی شبکه‌ای این است که نظام آن برای آموزش تجارت و توسعه شخصی است.

نظام بازاریابی شبکه‌ای طوری ساخته شده که هر کسی می‌تواند در ثروت شریک باشد. این نظام به روی هر کسی که انرژی، عزم جزم و پشتکار دارد خوش‌آمد می‌گوید. به نام خانوادگی یا نام دانشگاه شما (اگر رفته اید)، مقدار پولی که امروزه به‌دست می‌آورید، نژاد و جنسیت شما، زیبایی، محبوبیت و یا هوش شما بستگی ندارد.

اغلب شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای اساساً به این اهمیت می‌دهند که چقدر میل به یادگیری، تغییر و رشد دارید. آیا تا زمانی که تجارت شما شکل بگیرد، در روزهای خوب و بد شهامت ادامه کار دارید؟

آیا همهٔ شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای همین طور هستند؟ خیر. مثل همه چیز خوب و بد و زشت داریم و برخی هم عالی هستند.

همهٔ شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای واقعاً از آموزش حمایت نمی‌کنند. برخی فقط فشار می‌آورند تا کالاهایشان فروش برود و اهمیتی به آموزش شما نمی‌دهند. فقط این را می‌خواهند که دوستان و فامیل شما وارد شبکه شده و خرید کنند. اگر با این شرکتها برخورد کردید، مراقب باشید و به آنها نپیوندید. آنها به رشد شما اهمیت نمی‌دهند و ممکن است مدت زیادی دوام نیاورند.

اما شرکتهای بهتر کاملا به آموزش تجاری شما متعهدند. آنها به کار درازمدت متعهدند و توسعهٔ مهارتها و تواناییهای شما برای آنها اصل است. وقتی که چنین شرکتی پیدا کردید که سران آن مایل به آموزش شما بوده و می‌خواهند به شما کمک کنند تا تاجری بشوید که می‌خواستید، این شرکتی است که می‌توانید با آن ادامه کار دهید.

آیا مقدار پولی که دریافت می‌کنید مهم است؟ البته که مهم است. آیا

کیفیت کالا حیاتی است؟ البته. اما از همه مهمتر و آنچه من می‌خواهم، تعهد شرکت برای پرورش شما به‌صورت فردی قوی درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ و به عنوان یک تاجر تولیدکننده ثروت واقعی است. این ویژگی مهمترین عاملی است که شرکت بازاریابی شبکه‌ای مورد نظر شما باید داشته باشد. باید مدرسه تجارت باشد.

اگر کنفرانس اولیه را دوست دارید، برای ملاقات با افرادی که وظیفه آموزش و تعلیم را به عهده دارند وقت بگذارید.

با صرف وقت به ماورای درآمد و کالا بنگرید و واقعا قلب شرکت را ببینید. آیا واقعا به آموزش و تربیت شما علاقه دارند؟ این را تنها با شنیدن نیم ساعت صحبت درباره فروش، دیدن وب سایت رنگارنگ و شنیدن نحوه پول درآوردن عده‌ای نمی‌توان مشخص کرد. برای تعیین سطح آموزش شرکت باید از جا بلند شوید و به نحوهٔ آموزش، سمینارهای آموزشی و سایر برنامه‌های آنها نگاه کنید.

اگر کنفرانس اولیه را دوست دارید، برای ملاقات با افرادی که وظیفه آموزش و تربیت را به عهده دارند، وقت بگذارید.

با دقت نگاه کنید زیرا که بسیاری از شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای صحبت از طرحهای آموزشی عالی می‌کنند اما همهٔ آنها این طرحها را ندارند. در برخی از این شرکتها تنها آموزش آنها فهرستی است از کتابهای توصیه شده. بعد شما را آموزش می‌دهند تا دوستان و خانواده را وارد تجارت کنید.

بنابراین از وقت خود استفاده کنید و با دقت نگاه کنید زیرا که تعداد کمی از شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای طرحهای آموزشی و تربیتی عالی دارند. در واقع برخی از آنها بهترین آموزش تجاری زندگی واقعی را ارائه می‌دهند.

درباره شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای، این سوالها را باید از خود بپرسید:

- چه کسی کشتی را می‌راند؟
- آیا شرکت دستورالعمل ثابت شده ارائه می‌دهد؟
- آیا شرکت‌مهارتهای تجاری و توسعهٔ نفس را به عنوان قسمتی از برنامه آموزش و تربیتی پوشش می‌دهد؟
- آیا شرکت کالایی قوی، با کیفیت بالا و قابلیت بالا برای بازاریابی دارد که شما به آن علاقه شدید داشته باشید؟

چه کسی کشتی می‌راند؟

افراد بی‌تجربه که تجارتی تازه را با طرز فکر گوشهٔ کارمندی یا شغل آزاد آغاز می‌کنند، به‌جای اینکه قدرت شرکت را بررسی کنند، اغلب به کالاها، طرح پرداخت یا ترقی نگاه می‌کنند.

نه کالا و طرح پرداخت اهمیت دارد و نه چیزهای دیگر حائز اهمیت است. هیچ شرکتی بی عیب نیست و مشکلات همیشه وجود دارند. اما اگر افرادی صلاحیت‌دار سکان کشتی را در دست دارند، پس وقتی که اشکالی پیش بیاید آن را حل می‌کنند. در واقع اگر افراد صلاحیت‌دار شرکت را اداره کنند، هیچ مشکلی نیست که قادر به تصحیح آن نباشند. اما اگر افراد بی‌صلاحیت جلودار باشند، مشکلات ایجاد می‌شوند و هیچ

کاری برای حل آنها نمی‌توانند انجام دهند.

ارزش یک کتاب را از جلدش نمی‌توان تعیین کرد. باید ماورای نوارهای تبلیغی و وب سایت این شرکتها را ببینید. به اصول آنها نگاه کنید. زمینه، تجربه، پیشینه و خصیصه‌های آنها را بررسی کنید. چه بتوانید یا نتوانید از طریق کار مستقیم آنها را بشناسید، آنها شرکای شما در تجارت هستند.

جان: می‌خواهم مطلب نادرستی را روشن کنم که بسیاری از مبلغین این نوع شرکتها عنوان می‌کنند. آنها می‌گویند اگر پول فراوان می‌خواهید، باید دست به کار شوید و به آنها بپیوندید.

رابرت: نه تنها درست نیست، بلکه کاملا احمقانه است. بیشتر تجارتها ظرف یک تا دو سال پس از آغاز شکست می‌خورند که شامل بازاریابی شبکه‌ای هم می‌شود. چرا کار سخت، وقت و انرژی خود را در شرکتی سرمایه‌گذاری کنید که پیشینهٔ مشخصی ندارد؟

جان: شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای قوی، پابرجا و عالی می‌شناسم که تنها سه سال از تاسیس آنها می‌گذرد و برخی از آنها هم سی سال قبل تاسیس شده‌اند. درست است که پیوستن به کاری که هنوز جدید و نیروبخش است موجب هیجان وانرژی در

کار می‌شود. اما از شرکتهایی که دهها سال تجارت کرده‌اند قدرت و اعتبار زیاد عاید می‌شود.

در پیوستن به شرکتهایی که تازه در مراحل اولیه کار خود هستند احتیاط کنید. اما استثنا وجود دارد و ممکن است شرکتی جدید پیدا کنید که اعتبار شرکتهای بزرگ و قوی را دارد و چنین شرکتهایی را باید بسیار جدی بگیرید.

نکته این است که باید سخت‌کوش باشید و بدانید که به دنبال چه هستید و با چه کسی وارد تجارت می‌شوید.

مراقب باشید افرادی که صحبت از پیوستن به شرکتی جدید، پنج ساله یا سی ساله می‌کنند و می‌گویند ترفندی برای ثروت زیاد و در زمان کوتاه در دست دارند، شما راگول نزنند. جادویی درکار نیست. آنچه شما لازم دارید، شرکتی است که کننده کار است و برای بقای طولانی مدتش نشانه‌های روشن به شما ارائه می‌دهد.

آیا شرکت طرح اقدام ثابت شده دارد؟

جان: پولسازترین و پابرجاترین شرکتها در بازاریابی شبکه‌ای از شما انتظار ندارند تا چرخ را دوباره ابداع کنید. در عوض برای ایجاد موفقیتی که می‌خواهید به شما طرح اقدام می‌دهند. مثلا راهنمای آموزش همراه با فعالیتهای روزانه و هفتگی پیشنهادی دارند.

برخی از شرکتها به صاحبان تجارت وب سایت شخصی

می‌دهند تا دورنما را به شما آموزش دهند یا این که کالاها یا فرصتهایی را با شما در میان بگذارند. ابزار حرفه‌ای و درجه یک ارائهٔ مطلب مانند سی دی، دی وی دی، پادکست و جزوه‌های چاپ شده توسط اکثر بازاریابهای شبکه‌ای ارائه می‌شوند.

آیا شرکت مهارتهای تجاری و توسعهٔ نفس را به‌صورت قسمتی از برنامه‌های آموزشی و تربیتی دارد؟

به وضوح توضیح دادم که با ارزش‌ترین تجربه در شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای، آموزش و تربیتی است که به شما می‌دهند و این حتی از درآمد شما در این شرکتها مهمتر است. پس مطمئن شوید که این آموزش را به شما ارائه می‌دهند.

مطمئن شوید که بر آموزش مستمر هم در زمینه مهارتهای تجاری و هم رشد و توسعه نفس تاکید زیاد دارند. دهها سال است که رهبران این صنعت می‌دانند که تزریق مداوم مواد آموزشی و الهام بخش سودساز است. درگذشته کتاب، نوار صوتی و در قرن بیست و یکم سی دی، دی وی دی، پادکست، کنفرانس از راه دور و وبینار و البته کتاب مواد آموزشی را تشکیل می‌دهند. کتاب هرگز از رده خارج نمی‌شود.

جان: نشستهای زنده مهم هستند. حتی در عصر اینترنت، حضور فیزیکی در نشستی زنده قدرت خاصی دارد که با روشهای دیگر به‌دست نمی‌آید.

این روزها ساختن روز به روز یک شبکه به همان اندازه که از

طریق تلفن و اینترنت انجام می‌شود با نشستهای رو در رو هم انجام می‌شود. اما هنوز هم می‌بینید که شرکتهای قدرتمند به نشستهای زنده سالانه، شش ماهه، سه ماهه و ماهانه خود تاکید فراوان دارند. علت آن ارزش آموزش و تربیت و توسعهٔ نفس است.

البته آموزش و تربیت شما فقط توسط شرکت بازاریابی شبکه‌ای انجام نمی‌شود، بلکه افراد یک سلسله مراتب هستند که دخالت دارند. از کسی که مستقیماً شما را ثبت‌نام می‌کند (معمولا به اوسرپرست می‌گویند) تا سرپرست او و در نهایت مافوق نمایندگان مستقل و خود مدیران شرکت همه برای رشد، آموزش و یادگیری شما تلاش می‌کنند.

یکی از زیباییهای نظام بازاریابی شبکه‌ای تفاوت آن با روش کار شرکتهای دیگر است که با کنار زدن دیگران می‌توانید ارتقا پیدا کنید. در شرکتهای سنتی حتی بهترین دوست شما ممکن است پا روی شما بگذارد تا بتواند از نردبان ترقی بالا برود.

در بازاریابی شبکه‌ای رقابت سربریدنی وجود ندارد زیرا که موفقیت سرپرست و مافوق و نمایندگان مستقل به موفقیت شما وابسته است. افرادی که از رشد شما سود می‌برند، خواهان رشد شما هستند.

آیا کالای شرکت کیفیت و بازاریابی عالی دارد که موجب علاقه شدید شما شود؟

حتی اگر اولینِ شرط انتخاب یک شرکت نباشد، اما کالا مهم است. علت آوازه آن است.

شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای معمولا در رسانه‌های جمعی تبلیغات زیاد ندارند. روی بیلبورد یا در تبلیغهای تلویزیونی تبلیغ آنها را نمی‌بینید. علت این است که نحوه تبلیغ آنها کاملا متفاوت است. به جای این که برای تبلیغ در رسانه‌های جمعی هزینه سنگین بدهند، این هزینه را صرف شماها می‌کنند.

جان: توصیه شفاهی افراد خون در جریان شبکه‌ها است که موجب رشد آن می‌شود. افراد درباره کالا و خدمات و فرصتهایی که وجود دارند به یکدیگر اطلاعات می‌دهند.

به همین دلیل است که کالا و خدماتی که معمولاً در بازاریابی شبکه‌ای موفق می‌شوند، اشتیاق مردم را با خود همراه کرده‌اند. این کالاها و خدمات فواید عمده برای مصرف‌کننده دارند یا این که اولین سری تولید شده یک کالای جدید هستند که داستانی بی‌همتا برای نقل کردن دارند.

آوازه ویژگی کالا و خدمات است. اشتباه نکنید، درباره هیاهو صحبت نمی‌کنم بلکه منظورم کیفیت و خواص آن است. کالای شما باید جنس

حسابی داشته باشد.

با وجود این باید به خاطر داشته باشیم که کالایی به نام بهترین کالا وجود ندارد. هزاران کالا و خدمات می‌توانند این ویژگیها را داشته باشند. این مسئله تا حدی موضوعی می‌شود. برخی کالاهای آرایشی را دوست دارند و عده‌ای کالای فنی را ترجیح می‌دهند.

آیا بازاری قوی برای این جنس وجود دارد؟ آیا بسیاری از مردم را جذب می‌کند؟ آیا از نظر قیمت می‌تواند رقابت کند؟

آیا شما شخصاً به ارزش این کالا اعتقاد دارید و از آن استفاده می‌کنید؟ آیا داستانی جالب برای نقل دارد؟ اگر شما واقعاً از یک کالا خوشتان بیاید، بعد به دیگران هم می‌گویید و آنها هم همین کار را می‌کنند.

فصل نوزدهم

چه چیزهایی لازم هستند

پس تصمیم گرفته‌اید تجارت بازاریابی شبکه‌ای موفق خود را بسازید. اول ببینیم به چه چیزی نیاز ندارید.

به مدرک فوق لیسانس مدیریت بازرگانی یا سابقهٔ عالی تجارت نیاز ندارید

واژه تکثیر را به یاد بیاورید. راهبردهایی که در بازاریابی شبکه‌ای کار می‌کنند آنهایی هستند که قابل تکثیرند. بازاریابی شبکه‌ای کاری را برای گوشهٔ صاحبان تجارتهای بزرگ می‌کند که هنری فورد برای صنعت خودروسازی کرد. روند تولید را به گونه‌ای کرد که امکان تولید انبوه ایجاد شد.

جان: تجارت بازاریابی شبکه‌ای موفق توسط استادان صنایع دستی با دست ساخته نشده، بلکه هماهنگی ساده‌ای است که توسط هزاران دست ایجاد می‌شود.

نیازی نیست که فروشنده عالی باشید

یک بار دیگر می‌گویم که بزرگ‌ترین سوءتفاهم مردم درباره بازاریابی شبکه‌ای این است که برای موفقیت باید به‌صورت فروشنده به دنیا آمده باشند.

کاملا نادرست است. در واقع داشتن چنین عقیده‌ای به بازاریابی شبکه‌ای شما صدمه می‌زند. علت این است که فروشنده‌های بسیار عالی را نمی‌توان تکثیر کرد.

جان: یادآوری می‌کنم که اصل این تجارت فروش نیست بلکه آموزش، تیم سازی و رهبری است. شغل شما این نیست که تعداد زیادی کالا بفروشید. بلکه باید رهبری، آموزش و ساختن مردم را به عهده بگیرید. این اولین و مهمترین اصل بازاریابی شبکه‌ای است.

رابرت: فروش اصل نیست بلکه ساختن شبکه اصل است.

جان: دقیقاً همین طور است.

نیازی به رها کردن شغل خود ندارید

در واقع بهتر است که وقتی کار را شروع می‌کنید، شغلتان را حفظ کنید. اول این که تاسیس تجارت شخصی مانند آغاز کاری تازه نیست که

از لحظه‌ای که کار را شروع می‌کنید به حساب شما حقوقی در نظر گرفته می‌شود. ساختن شبکه زمان می‌برد.

جان: نه تنها دلایل مالی چنین حکم می‌کند، بلکه اگر از نظر مالی توانایی رها کردن شغل خود را داشته باشید، بسیاری از بازاریابهای شبکه‌ای از طریق تماس با همکاران خود می‌توانند شرکای جدید ایجاد کرده و شبکه را گسترش دهند.

اکثریت بازاریابهای شبکه‌ای تجارت خود را به‌صورت پاره‌وقت آغاز می‌کنند. آمار فروش ملی در سال ۲۰۰۸ که توسط انجمن فروش مستقیم تهیه شده نشان می‌دهد که تنها یک نفر از هشت بازاریاب شبکه‌ای هفته‌ای بیست ساعت یا بیشتر برای این تجارت وقت گذاشته‌اند.

لازم نیست ثروتمند باشید یا مسکن خود را گرو بگذارید

اغلب تجارتهای بازاریابی شبکه‌ای کمتر از پانصد دلار برای شروع کار هزینه کرده‌اند. اشتباه نکنید، سرمایه اصلی شما که سرمایه نقدی را جبران می‌کند علاقه و زحمت شماست. بزرگ‌ترین سَرمایه‌گذاری در اکثر تجارتهای شخصی مایه گذشتن از خود است که شامل وقت، تمرکز و پشتکار می‌شود. اما برای آغاز تجارت به پول زیاد احتیاج ندارید.

جان: اگرچه سرمایه‌گذاری نقدی کم است، اما وجود دارد. این یک تجارت است و باید مانند یک تجارت به آن نگاه کنید. پس برای اداره آن هزینه‌های ماهانه خواهید داشت.

معمولاً بودجه ماهانه شما زیاد نیست و شامل هزینه نمونه‌ها، ابزار تماس و کنفرانس دادن (مانند سی دی، دی وی دی، وب سایت و غیره)، هزینهٔ توسعهٔ تجارت و توسعهٔ شخصی است.

بنابراین برای شروع نیازی به پول زیاد ندارید. اما باید هزینه‌های ماهانه را در نظر بگیرید.

لازم نیست نابغهٔ مذاکره یا اعداد باشید

میل و عزم شدید که با اشتیاق فراوان همراه شده باشد لازم دارید. دونالد ترامپ که از دوستان من است می‌گوید: "باید به کارتان علاقه داشته باشید. بدون علاقه زیاد موفقیت به سختی حاصل می‌شود. به عنوان یک کارآفرین اگر نسبت به کارتان علاقه زیاد ندارید روزهای سختی را در پیش دارید."

اینها عواملی معدود از کیفیتهایی هستند که برای ساختن تجارت موفق بازاریابی شبکه‌ای لازم ندارید. حال به چیزهایی که لازم دارید نگاه می‌کنیم.

باید با خود صادق باشیم

ایجاد تجارت گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ کار آسانی نیست. باید از

خود بپرسید: "آیا آنچه لازم است دارم؟ آیا حاضرم از محدوده راحت خود بیرون بروم؟ آیا حاضر به رهبری دیگران هستم و حاضر به یادگیری رهبری دیگران هستم؟ آیا فرد ثروتمند درون من حاضر به بیرون آمدن است؟ اگر پاسخ مثبت است، پس به دنبال تجارت بازاریابی شبکه‌ای با برنامه آموزشی عالی باشید.

جان: این مطلب را اضافه کنم: مطمئن شوید که موقعیت خود و موفقیتهای طول عمرتان را می‌دانید. بینش برای موفقیت اساسی است.

بعد انتظارات خود را بررسی کنید. چه چیزهایی از جمله چه میزان وقت هفتگی، پول، مهارت و منابع نیاز دارید و برای موفقیت این تجارت چه اقداماتی باید انجام دهید. چارچوب واقعی وقت را در نظر بگیرید.

در کتاب چرا ما می‌خواهیم شما ثروتمند شوید دونالد ترامپ نویسد: "بازاریابی شبکه‌ای به روحیه کارآفرینی نیاز دارد و این کار نیاز به تمرکز و پشتکار دارد. به افرادی که بسیار خودانگیخته نیستند بازاریابی شبکه‌ای را پیشنهاد نمی‌کنم."

او کاملا حق دارد.

طرز برخورد درست لازم است

کارآفرین شدن برای من روندی ادامه دار است که هنوز گرفتار آن

هستم. به نظر من تا آخر در حال آموزش کارآفرینی خواهم بود. به تجارت علاقه شدید دارم و حل کردن مشکلات تجاری را دوست دارم. این روند زندگی مورد علاقه من است. پس با این که این روند گاهی اوقات سخت بوده اما ارزش دارد.

یک فکر موجبِ ادامهٔ کار من شده، و آن تابش من در تاریکی حتی در تاریک‌ترین لحظه‌ها است. روی کاغذ یکی از کلوچه‌های شانی چینی جمله‌ای نوشته بود که آن جمله روی تلفن شرکت تولید کیف ورزشی ما چسبانده شده بود:

برای تسلیم شدن همیشه وقت است. پس چرا حالا تسلیم شوی؟

بارها تماسهای تلفنی موجب شد که بگویم برای تسلیم شدن دلایل کافی دارم. اما وقتی که تلفن تمام شد و به نوشته روی تلفن نگاه کردم، به خود گفتم: "با این که خیلی مایلم تسلیم شوم، اما امروز کار را رها نمی‌کنم. فردا تسلیم می‌شوم."

پدر پولدارم می‌گفت که اگر ثروتمند شدن آسان بود، همه ثروتمند می‌شدند. به همین دلیل است که وقتی از من می‌پرسند علت ثروتمند شدن من چه بود، می‌گویم نمی‌خواستم کسی به من بگوید چه باید بکنم. آزادی را خیلی دوست داشتم و امنیت شغلی نمی‌خواستم بلکه آزادی اقتصادی هدفم بود. این را بازاریابی شبکه‌ای ارائه می‌دهد.

دوست دارید کسی درآمد شما را تعیین کند و به شما بگوید که چه وقت بیایید و کی بروید، پس بازاریابی شبکه‌ای به‌درد شما نمی‌خورد.

رشد واقعی لازم است

تجارت بازاریابی شبکه‌ای می‌تواند تجارت گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ باشد. اما الزامی نیست که این‌طور بشود و به شما بستگی دارد.

بازاریابی شبکه‌ای وسیله‌ای عالی برای افرادی است که می‌خواهند وارد دنیای صاحبان شرکتهای بزرگ باشند. در حالی که سقف درآمد در گوشه‌های کارمندی و شغل آزاد معمولا به توان شما به عنوان یک فرد بستگی دارد، در بازاریابی شبکه‌ای درآمد شما به اندازه‌ای است که شبکه می‌تواند تولید کند. پس وقتی شبکه‌ای بسیار بزرگ تشکیل دهید درآمد بسیار زیاد دارید.

اما تنها با پیوستن به بازاریابی شبکه‌ای نمی‌توانید واردگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ شوید ـ مگر این‌که آن را خیلی گسترش دهید.

جان: تجارت بزرگ از نظر فنی یعنی کارمندان پانصد نفر یا بیشتر هستند. وقتی که شبکه‌ای با پانصد نفر نماینده مستقل تشکیل دهید، در واقع تجارت بزرگ دارید. تجارت بازاریابی شبکه‌ای طوری طراحی شده که به راحتی پانِصد نفر یا بیشتر را جای می‌دهد. سازمان شبکه‌ای شخصی که بیش از چندهزار یا دهها‌هزار عضو داشته باشد شایع است. اما سازمان شبکه‌ای که صدها‌هزار عضو دارد نیز غیرعادی نیست.

تازه‌واردها به بازاریابی شبکه‌ای اغلب اشتباه می‌کنند و به

درآمد شبکه نونهال خود مانند پول مفت نگاه می‌کنند که از روز اول باید خرج شود. اما با داشتن پنج، دهه، پنجاه یا حتی صد یا دویست نفر در شبکه شما هنوز هم شرکت شما در حال شکل گرفتن بوده و به تجارتی بزرگ تبدیل نشده است.

وقتی که شبکه شما از مرز پانصد نفر گذشت و به هزاران نفر رسید، واقعا واردگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ شده‌اید و درآمد غیرفعال ایجاد می‌کند. نه تنها شبکه‌ای پابرجا شده، بلکه به دارایی درآمد ساز تبدیل شده است.

اما از مرحلهٔ آغاز تا داشتن پانصد نفر در شبکه مرحلهٔ شکل‌گیری است و باید آن را پایه‌ریزی کنید. تفکر عمیق داشته باشید. چشمها را روی هدف متمرکز کنید که هدف تولید ثروت است.

زمان لازم است

اگر به فکر شروع تجارت بازاریابی شبکه‌ای هستید و انتظار درآمد فوری دارید، پس مانند افرادی فکر می‌کنید که درگوشهٔ کارمندی و شغل آزاد هستند. در واقع افرادگوشهٔ کارمندی و شغل آزاد هستند که بیش از دیگران به دام شیادهایی می‌افتند که ادعای ثروت در زمان کوتاه دارند.

جان: در بازاریابی شبکه‌ای چیزی به نام ثروت در زمان کوتاه وجود ندارد. در حالی که فعالیتهای این تجارت ساده هستند، اما

به زمان و تلاش نیاز دارند که اساس درآمد غیرفعال است.

انجمن فروش مستقیم می‌گوید که به‌طور متوسط از هر ده نفر یکی به این فرصت پاسخ مثبت می‌دهد. اما این رقم با سطح تجربه صاحب تجارت تغییر می‌کند. فراموش نکنید که این درصد زمانی درست است که تعداد نمونه زیاد باشد. ممکن است در ده نفر صادق نباشد اما اگر صد نفر را بررسی کنید، درست است.

ظرف سالهای گذشته، افرادی تجارت بازاریابی شبکه‌ای را به عنوان راه سریع برای رسیدن به ثروت معرفی کرده‌اند. البته این کاملا مزخرف است. افرادی که در بازاریابی شبکه‌ای مهارتهای رهبری خود را توسعه داده، تجارت خود را ساخته‌اند و ثروت واقعی اندوخته‌اند، سالهای طولانی برای آن کار کرده‌اند.

پس اگر کسی به شما بگوید که نتیجه سریع می‌گیرید، باور نکنید. این تردستی یا کار شش ماهه یا شانسی نیست. تجارتی جدی است. این زندگی شما است که درباره‌اش صحبت می‌کنیم.

در جهان واقعی تجارت اگر نتوانید تجارتی را ظرف سه تا شش ماه راه بیندازید، شما را اخراج می‌کنند. زیرا کس کمی سخاوتمندتر بود و به من یک سال فرصت یادگیری و یک سال فرصت تبلیغ دادند. اگر آن دو سال را نداشتم، حتما اخراج می‌شدم.

وضعیت شما فرق می‌کند. شرکت بازاریابی شبکه‌ای شما، شما را اخراج نمی‌کند و شما هم خود را اخراج نمی‌کنید. اگر چند ماه یا یک سال وقت بگذارید و بعد بگویید: "خوب این موفق نشد."

درست نیست باید به آن فرصت دهید.

رابرت: جان، وقتی به مردم می‌گویم: "فرصت بدهید" همیشه می‌پرسند: "چند وقت؟ چطور می‌توانید پاسخ بدهید؟

جان: می‌گویم پنج سال.

رابرت: این دقیقاً همان جواب من است! برای ساختن هر تجارتی پنج سال لازم است و به آن "طرح پنج‌ساله" می‌گویم.

طرح پنج‌ساله

اگر برای آغاز این سفر جدی هستید، توصیه می‌کنم که حداقل پنج سال برای آموزش، رشد، تغییر ارزشهای اصلی خود و ملاقات با دوستان جدید وقت بگذارید. علت این است که این زمان واقع‌بینانه است.

هاوارد شولتز برای تشکیل استارباکس، ری کراک برای ساختن مک‌دونالد و مایکل دل برای راه‌اندازی شرکت رایانه دل سالها وقت گذاشتند تا به اینجا رسیدند. ساختن شرکتهای عالی و رهبران عالی زمان می‌برد. من هم سالها وقت گذاشتم تا صاحب شرکتهای بزرگ شوم. شما هم برای ساختن تجارت بازاریابی شبکه‌ای خود سالها وقت لازم دارید. چه فرقی می‌کند؟

اکثر مردم به سال فکر نمی‌کنند و با ارزشهای گوشهٔ کارمندی و حقوق ماهانه آموزش دیده و جذب شده‌اند. آنها به لذت آنی فکر می‌کنند.

تعجبی ندارد که بسیاری وقتی می‌خواهند پا درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ بگذارند به فکر درآمد سریع هستند!

می‌گویند: "هفته قبل عضو شدم. از کی پول زیاد در می‌آورم؟"

دوستان، سریع ثروتمند شدن ضد و نقیض هستند. ثروت و سرعت با هم نمی‌خوانند. زمانی که غنی باشد یک شبه نوشته نشده است. خلاقیت برای غنی کردن زمان می‌برد و در مورد ثروت هم صادق است. به همین دلیل است که تعداد کمی درگوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ هستند. اکثر مردم پول می‌خواهند اما حاضر به وقت‌گذاشتن نیستند.

ده‌هزار ساعت: حساب کنید. اگر روزی هشت ساعت و هفته‌ای پنج روز کار کنید، برای این که ده هزار ساعت کار کنید تلاش پنج ساله لازم دارید.

مالکوم گلادول در کتاب داستان موفقیت می‌نویسد که برای موفقیت قابل توجه در هر کاری به ده‌هزار ساعت کار سخت نیاز دارید. بیل گیتس در دبیرستان ده‌هزار ساعت صرف برنامه‌نویسی رایانه کرد. گروه موسیقی بیتلها وقتی که جوانهای انگلیسی غیرمعروف بودند هر روز هفت ساعت و هفت روز هفته جمعاً ده‌هزار ساعت برنامه در یک کلوب در هامبورگ اجرا کردند و بعد معروف شدند.

گلادول می‌نویسد: "نکته جالب توجه برای این ده هزار ساعت این است که در هر موردی صادق است. قهرمان شطرنج شدن حداقل ده‌هزار ساعت تمرین لازم دارد. بوریس بکر استعداد خارق‌العاده تنیس از سن شش سالگی تا شانزده یا هفده‌سالگی، یعنی وقتی که ویمبلدن را برد،

همین کار را کرد. استاد موسیقی اصیل که از چهار سالگی ویولن می‌زند تا سن پانزده‌سالگی باید ده‌هزار ساعت تمرین کند تا در تالار کارنگی برنامه اجرا کند."

ده هزار ساعت: حساب کنید. اگر روزی هشت ساعت و هفته‌ای پنج روز کار کنید، برای این که ده‌هزار ساعت کار کنید تلاش پنج‌ساله لازم دارید.

خوشبختانه برای شما بازاریابی شبکه‌ای مانند شطرنج زمان نمی‌برد و قرار نیست بوریس بکر، بیتلها و یا بیل گیتس بشوید. قرار نیست بهترین در جهان باشید. اما باید مهارتهای تجارت را یاد بگیرید. پس پنج سال کامل و هفته‌ای چهل ساعت لازم ندارد. اما برای این که شبکه‌ای عظیم با درآمد غیرفعال بسازید، با اختصاص وقت لازم به خود کمک کنید.

البته من هنوز هم از طرح پنج‌ساله استفاده می‌کنم.

وقتی که تصمیم به آغاز کار جدیدی می‌گیرم، مثلا سرمایه‌گذاری کردن در ملک، پنج سال به خود فرصت یادگیری می‌دهم. وقتی که می‌خواستم سرمایه‌گذاری در بازار سهام را یاد بگیرم، پنج سال روند یادگیری طول کشید. بسیاری یک بار سرمایه‌گذاری می‌کنند و چند دلار از دست می‌دهند و بعد آن را رها می‌کنند. اما شکست قسمتی از روند پیروزی است. بازنده‌ها هستند که فکر می‌کنند برنده‌ها اصلا نمی‌بازند و به هر قیمتی باید از اشتباه جلوگیری کرد. اشتباهات فرصتهای یادگیری درسهای اساسی هستند که روی آنها نمی‌توان قیمت گذاشت.

امروز هم پنج سال به خود فرصت می‌دهم تا اشتباه بکنم. می‌دانم که از اشتباهاتم درس می‌گیرم و عاقل‌تر می‌شوم. اگر ظرف پنج سال

اشتباه نکنم، پس از پنج سال قبل داناتر نشده‌ام و تنها پنج سال پیرتر شده‌ام.

برای فراموش کردن هم وقت لازم دارید

به همان اندازه که برای یادگیری وقت لازم است، برای فراموش کردن هم وقت لازم دارید. یکی از دلایلی که بسیاری از مردم در گوشه های کارمندی و شغل آزاد غرق می‌شوند این است که آرام آرام احساس راحتی می‌کنند. در واقع این گوشه‌ها راحتی بیشتر ندارند. آخر به‌صورت دیوانه‌وار به شما مالیات می‌بندند، هرگز وقت شما مال خودتان نیست، اغلب برای افرادی کار می‌کنید که تحمل دیدن آنها را ندارید...به دلایل مختلف این گوشه‌ها اصلاً راحتی ندارند. اما به این دلیل افراد احساس راحتی می‌کنند که سالها وقت گذاشته‌اند تا چگونه در این گوشه‌ها باشند.

تمام اینها وقتی که وارد بازاریابی شبکه‌ای می‌شوید تغییر می‌کنند. تجربه شغلی که از استخدام سنتی و شغل آزاد ناشی شده اغلب در کار بازاریابی شبکه‌ای مفید واقع نمی‌شود. ساعات کاری مشخص، حقوق بر اساس تعداد ساعات کاری، سلسله مراتب مدیران و روسا، شرح وظایف محدود، مشتریان مشخص، محدوده مشخص کاری و محل مشخص کار و بسیاری از تله‌هایی که در محیط کاری سنتی دیده می‌شود در این تجارت وجود ندارد.

اگر در فروش سنتی کار کرده‌اید، همانطور که قبلاگفتم، در واقع باید آموخته‌هایتان در این قسمت را تا حد زیادی فراموش کنید زیرا که در

بازاریابی شبکه‌ای آنچه شما می‌توانید انجام دهید مهم نیست، بلکه آنچه انجام می‌دهید و تکثیر می‌کنید مهم است.

اگر در مدیریت کارمندان تجربه دارید باید مقداری از تجربه‌هایتان را فراموش کنید زیرا که در بازاریابی شبکه‌ای نه استخدام و نه اخراج می‌کنید. به دیگران هم نمی‌گویید که چه باید بکنند. پویایی کاملا جدیدی است و این تجارت قرن بیست و یکم است. برای موفقیت احتمالا برخی از عادات گذشته را باید فراموش کنید.

ازوقت خود برای یادگیری و فراموش کردن استفاده کنید. برای عده‌ای سخت‌ترین قسمت رفتن به گوشهٔ صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران، فراموش کردن طرز فکر گوشهٔ کارمندی و شغل آزاد است. وقتی که آنچه را یاد گرفته‌اید فراموش کردید، تغییر سریع‌تر و آسان‌تر است.

همهٔ اینها بستگی به اقدام دارد

هر چه می‌خواهید طرح بریزید، مطالعه کنید و یاد بگیرید. اما تنها کسانی در بازاریابی شبکه‌ای موفق می‌شوند که امروز یا فردا یا هر روز دست به کار شوند.

فصل بیستم

از زندگی استفاده کنید

چه چیزی شما را ثروتمند می‌کند؟ اکثرا می‌گویند: "پول." که البته غلط است. پول شما را ثروتمند نمی‌کند، زیرا همیشه می‌توانید پول را از دست بدهید. صاحب ملک بودن هم شما را واقعا ثروتمند نمی‌کند زیرا همانطور که ظرف چند سال گذشته دیدیم، ارزش ملک هم می‌تواند از بین برود.

پس چه چیزی ثروت می‌آورد؟ دانش.

درس طلایی من

به عنوان فردی جوان، حتی قبل از این که در ملک و املاک سرمایه‌گذاری کنم، اولین سرمایه‌گذاری من در طلا بود. با خود گفتم: "طلا باارزش‌ترین پول است. چطور می‌شود ضرر کنم؟" در سال ۱۹۷۲ وقتی طلا اونسی ۸۵ دلار بود، خریدن سکه را شروع کردم. آن‌وقت

بیست و پنج ساله بودم. وقتی به سن سی و دو سالگی رسیدم، طلا اونسی ۸۰۰ دلار شد و پول من تقریبا ده برابر شده بود. به به!

هیجان زده شدم و طمع بر احتیاط غلبه کرد. شایع کردند که طلا به دوهزار و ۵۰۰ دلار به ازای هر اونس می‌رسد. سرمایه‌گذاران طمع‌کار دست به کار شدند. حتی کسانی که هرگز طلا نمی‌خریدند شروع به خرید طلا کردند. می‌توانستم طلا را با سود فراوان بفروشم، اما به این امید که طلا گران‌تر شود صبر کردم. یک سال بعد طلا به زیر ۵۰۰ دلار رسید. بالاخره سکه‌هایم را فروختم و کاهش ارزش طلا را سال به سال مشاهده کردم تا در سال ۱۹۹۶ به پایین‌ترین حد خود یعنی ۲۷۵ دلار رسید.

ملک، طلا، سهام، سخت کار کردن، یا پول، اینها نیستند که شما را ثروتمند می‌کنند، بلکه دانش شما دربارهٔ ملک، طلا، سهام، سخت کار کردن و پول است که شما را ثروتمند می‌کند. در نهایت هوش اقتصادی شما موجب ثروتمند شدن شما می‌شود.

با طلا ثروت زیادی به‌دست نیاوردم، اما به من درسی با ارزش درباره پول داد. وقتی که از دست دادن پول را در "باارزش‌ترین پول" دیدم، متوجه شدم که دارایی ملموس هم باارزش نبود. این هوش اقتصادی است که در نهایت افراد را پولدار یا فقیر می‌کند.

ملک، طلا، سهام، سخت کار کردن، یا پول، اینها نیستند که شما را ثروتمند می‌کنند، بلکه دانش شما درباره ملک، سهام، سختن کار کردن و پول است که شما را ثروتمند می‌کند. در نهایت هوش اقتصادی شما

موجب ثروتمند شدن شما می‌شود.

هوش اقتصادی با هوش دانشگاهی اصلا رابطه نداشته یا این که رابطه کمی دارد. ممکن است هوش دانشگاهی یک نابغه را داشته باشید، اما در مورد مسائل اقتصادی احمق باشید.

اول: دانش درآمد بیشتر

هرچه درآمد شما بیشتر باشد، هوش اقتصادی شما بیشتر است. کسی که سالانه یک میلیون دلار درآمد دارد، ضریب هوشی اقتصادی او بیش از کسی است که سالانه سه‌هزار دلار درآمد دارد.

دوم: دانش حفظ درآمد

فکر نکنید که فقط فرصت‌طلبان کلاهبردار می‌خواهند پول شما را بگیرند، بلکه تمامی جهان کمین کرده‌اند. یکی از بزرگ‌ترین درنده‌های مالی دولت شما است که به‌صورت قانونی پول شما را می‌گیرد. دو نفر را که سالانه یک میلیون دلار درآمد دارند در نظر بگیرید. یکی بیست درصد مالیات می‌دهد و دیگری ۳۵ درصد مالیات می‌دهد. اولی ضریب هوشی اقتصادی بالاتری دارد.

سوم: دانش نحوه استفاده از درآمد

بسیاری از مردم پس از کسب درآمد فراوان به این دلیل نمی‌توانند آن را حفظ کنند که مانند یک انسان فقیر و نه ثروتمند آن را خرج می‌کنند. نحوه خرج کردن درآمد نیاز به هوش اقتصادی دارد.

دو نفر را در نظر بگیرید. اولی سالانه ۱۲۰ هزار دلار درآمد دارد و دومی تنها ۶۰ هزار دلار درآمد دارد. کدام هوش اقتصادی بالاتر دارد؟ اولی؟ صبر کنید. فرض کنید که اولی ۱۲۰ هزار دلار را در سال خرج می‌کند و آخر سال به پله اول بر می‌گردد. دومی که ۶۰ هزار دلار دارد با بودجه ۵۰ هزار دلاری به دقت و بخوبی زندگی می‌کند. آخر سال او ده‌هزار دلار را سرمایه‌گذاری می‌کند. چه کسی بیشتر دارد؟

اگر در مدیریت درآمد خود مهارت لازم را ندارید، پس پولی پس‌انداز نمی‌کنید. اگر پول خود را به‌صورت عاقلانه خرج کنید و مهارتهای گوشه صاحبان شرکتهای بزرگ و سرمایه‌گذاران را یاد بگیرید، آن‌وقت در جهت ثروت بزرگ شخصی و از همه مهمتر آزادی اقتصادی حرکت می‌کنید.

توانایی خوب زندگی کردن و در عین حال سرمایه‌گذاری کردن (هر قدر هم که کم باشد) نیاز به هوش اقتصادی بالا دارد. اضافه داشتن چیزی است که باید به‌صورت فعال برنامه‌ریزی کنید.

چهارم: دانش استفاده چند برابر از درآمد

پس از این که پس‌انداز داشتید، چالش اقتصادی بعدی شما چند برابر کردن قدرت آن است. درآمد از سرمایه‌گذاری معیار دیگر هوش اقتصادی است. کسی که ۵۰ درصد به پولش اضافه می‌کند از کسی که پنج درصد اضافه می‌کند ضریب هوشی اقتصادی بالاتری دارد. کسی که بدون این که مالیات بدهد ۵۰ درصد به پولش اضافه می‌کند از کسی که پنج درصد اضافه کرده و ۳۵ درصد هم باید مالیات بدهد، ضریب هوشی اقتصادی بالاتری دارد.

اکثر مردم پس‌انداز مالی خود را جمع می‌کنند و آن را در حساب پس‌انداز یا صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک می‌گذارند به این امید که چند برابر شود. اما برای چند برابرکردن درآمد شما در مقایسه با حساب پس‌انداز و صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک راههای بهتری وجود دارد. پس‌انداز کردن نیازی به هوش اقتصادی ندارد. یک میمون را می‌توانید تربیت کنید تا پس‌انداز کند یا در صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک سرمایه‌گذاری کند. به همین دلیل است که ارزش افزوده بر این نوع سرمایه‌گذاریها از نظر تاریخی بسیار ناچیز است.

زندگی مجلل

هدف از تجارت بازاریابی شبکه‌ای شما تنها پولدار شدن نیست، بلکه مهارتها و هوش اقتصادی لازم برای استفاده از پول اضافی است که به ثروت واقعی تبدیل می‌شود.

اما حتی این هم هدف نهایی نیست. هدف نهایی از تولید ثروت این است که زندگی مجلل داشته باشید.

از مشاهداتی که از مردم در موقعیتهای مختلف داشتم متوجه شدم که به سه نوع می‌توان زندگی کرد. این سه نوع بر اساس سه احساس متفاوت هستند که سه وضعیت مالی و روحی را نشان می‌دهند:

زندگی با ترس

احساس ورشکسته شدن را درک می‌کنم. گفتم که در سال ۱۹۸۵ که ازنظرهای مختلف بدترین سال زندگی من بود، من و همسرم کیم از

نظر مالی وضعیت بسیار بدی داشتیم و در عمل بی‌خانمان بودیم و در تویوتای کهنه و خراب زندگی می‌کردیم. احساس ترس در آن روزها فلج‌کننده و آن قدر شدید بود که تمام بدن ما بی‌حس می‌شد.

این احساس را خوب می‌فهمم. درست مانند احساس دوران کودکی من است. خانواده ما بیشتر اوقات با مشکل بی پولی مواجه بود. ابر تیره "نداشتن پول کافی" بیشتر دوران کودکی روی سر خانواده‌ام بود. پول نداشتن برای زندگی تجربه‌ای ناگوار است و بیش از بعد مالی در ابعاد دیگر صدمه می‌زند. می‌تواند اعتماد به نفس و عزت نفس را ضعیف کند و تمامی ابعاد زندگی شما را خراب کند.

زندگی با عصبانیت و ناامیدی

راه دوم زندگی، زندگی با احساس عصبانیت یا ناامیدی است که به خاطر کار روزانه شما آن هم کاری که به آن علاقه ندارید ایجاد می‌شود. کسی که با این احساس زندگی می‌کند، ممکن است شغل خوب با حقوق بالا داشته باشد اما نمی‌تواند دست از این کار بکشد. به همین دلیل است که ناامیدی هم ایجاد می‌شود. این اشخاص می‌دانند که در صورت دست کشیدن از کار، زندگی آنها به هم می‌ریزد.

چنین افرادی می‌گویند: "نمی‌توانم کارم را رها کنم. اگر ول کنم، هرچه دارم بانکها از من می‌گیرند." آنها اغلب می‌گویند: "بی‌صبرانه منتظر تعطیلات بعدی هستم." یا "تنها ده سال دیگر به بازنشستگی مانده است."

زندگی با لذت و آرامش و رضایت

سومین راه زندگی، زندگی با آرامش فکری است. صرف نظر از این که کار کنید یا نکنید، درآمد کافی وجود دارد. از سال ۱۹۹۴ بعد از فروش شرکت و بازنشسته شدن من و کیم این احساس را داریم. کیم ۳۷ساله و من ۴۷ساله بودم. امروز سالها گذشته و هنوز هم کار می‌کنیم و در واقع سخت کار می‌کنیم. علت این است که به کاری که داریم علاقه داریم.

مجبور نیستیم کار کنیم و درآمد ما اگر هم کار نکنیم تا آخر عمر برای ما کافی است. این احساس عالی و خوشحال‌کننده است که به ما اجازه می‌دهد کار مورد علاقه مان را ادامه دهیم.

با هم هستیم. اگر بخواهیم گلف بازی می‌کنیم، دور دنیا سفر می‌کنیم یا ساعتهای طولانی در اتاقهای کنفرانس هستیم. همه اینها برای ما مانند بازی و رویایی است. این زندگی همان است که می‌خواستیم و از هر لحظه آن لذت می‌بریم.

مورچه، ملخ، انسان

قبلا به حکایت مورچه و ملخ اشاره کردم. همهٔ ما با این فکر بزرگ شدیم که دو نوع زندگی وجود دارد. یکی زندگی خوب، کم‌خرج، پرکار و صرفه‌جویانه که مورچه دارد و برای آینده دانه جمع می‌کند یا این که مانند ملخ غیرمسئولانه، با ولخرجی و با رقص و پایکوبی بدون این که به فکر آینده باشیم.

از بعضی جهات این حکایت بیش از سود ضرر داشته است. بله،

مسئول بودن و کم‌خرج کردن و آمادگی برای آینده خوب است. اما به زندگی مورچه نگاه کنید. آیا می‌خواهید ذره‌ای از مستعمره بزرگ مورچه‌ها باشید و تا آخر عمر هر روز ذره‌ای کثیف را بارکشی کنید؟

بیایید نگاه کنیم. ما نه مورچه و نه ملخ، بلکه انسان هستیم. آیا این انتظار غیرعاقلانه است که آن طوری زندگی کنیم که شایستهٔ انسانهاست؟

اگر مفاهیم اولیه ثروت را بفهمیم و اگر از درآمد، وقت و توجه به‌صورت هوشمندانه استفاده کنیم، اگر آرزوهای بزرگ داشته و جرات دنبال کردن آنها را داریم، پس قادر به زندگی با موفقیت هستیم که از طرق دیگر به‌دست نمی‌آید.

فصل بیست و یکم

تجارت قرن بیست و یکم

یکی از دلایل احترام زیاد من برای بازاریابی شبکه‌ای این است که این تجارت برای همه فرصت مساوی دارد. بازاریابی شبکه‌ای شامل حال بسیاری از افراد می‌شود. وقتی به شصت میلیون نفری که در سراسر جهان به این کار مشغول هستند از نزدیک نگاه کنید، نژادها، گروهها، زمینه‌های مختلف، تجربه و مهارتهای مختلف را می‌بینید.

این ویژگی آن را تجارت آینده می‌کند و در قرن بیست و یکم بیش از هر وقت دیگر متوجه می‌شویم که ثروت یک بازی با پول محدود نیست که اگر یکی بیشتر داشت دیگری کمتر خواهد داشت. قرار نیست یکی ثروتمند شود و دیگری را پایین بکشاند. آینده ثروت واقعی در ابداع راههایی است که سلامت مالی بشر را بالا می‌برند.

اینها **ارزشهای** شخصی من برای تجارت هستند و بازاریابی شبکه‌ای این ارزشها را دارد. پشتیبانی کردن از این ارزشها نه تنها احساس خوبی

ایجاد می‌کند ـ بلکه تجارت خوبی هم می‌باشد.

تولید ثروت دموکراتیک

یکی از دلایل اصلی صرف انرژی زیاد برای حمایت و تبلیغ از صنعت بازاریابی شبکه‌ای این است که سیستمهای آن از سایر سیستمهای تولید ثروت عادلانه‌تر است.

سیستم بازاریابی شبکه‌ای به گونه‌ای درست شده که هر کسی می‌تواند سهمی در ثروت داشته باشد. این راه تولید ثروت خیلی دموکراتیک است. این سیستم به روی همهٔ کسانی که نیرو، عزم و پشتکار دارند باز است. به این که کدام دانشگاه درس خوانده‌اید یا اصلا اگر دانشگاه نرفته‌اید اهمیتی نمی‌دهد. به مقدار درآمد روزانه کنونی شما، نژاد و جنسیت شما، قیافه، پدر و مادر شما و سطح محبوبیت شما اهمیت نمی‌دهد. اغلب شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای عمدتا به سطح تمایل شما برای یادگیری، تغییر و رشد اهمیت می‌دهند. برای آنها جرات پایداری شما در روزهای سخت در حالی که صاحب تجارت بودن را یاد می‌گیرید، مهم است.

بازاریابی شبکه‌ای بیش از یک فکر خوب است. از نقطه نظرات گوناگون تجارت آینده است. زیرا که جهان واقعیت پایان عصر صنعتی را کم کم متوجه می‌شود.

برای جهانی که روز به روز امنیت گذشته را از دست می‌دهد، بازاریابی شبکه‌ای به عنوان موتور تازه موفقیت و امنیت شخصی پدیدار می‌شود. بازاریابی شبکه‌ای به میلیونها نفر در سراسر جهان فرصت کنترل

زندگی و آینده مالی داده است. به همین دلیل است که با وجودی که طرز فکر قدیم جهان هنوز برای دیدن آن مقاومت می‌کند، رو به رشد است.

در سالهای آینده انتظار دارم که انفجاری در اشاعه، نفوذ، میدان دید و بلوغ شرکتهای برتر بازاریابی شبکه‌ای ببینم.

قبلا درباره توماس ادیسون و نحوه پولدار شدن او نوشتم. او لامپ برق را اختراع نکرد، بلکه شبکه‌ای برای تامین لامپ برق درست کرد. ادیسون کارمند جوانی به نام هنری داشت که کاری شبیه به ادیسون کرد و اختراعی مشابه داشت که در آن زمان به نظر می‌رسید اصلا استفاده کاربردی ندارد.

از نظر ماهیت و طراحی، بازاریابی شبکه‌ای یک نظام کاملا عادلانه، مردمی و از نظر اجتماعی نظامی مسئولانه برای تولید ثروت است.

مانند ادیسون و لامپ برق، هنری فورد جوان خودرو را اختراع نکرد، اما کاری ریشه‌ای کرد که برای همیشه سرنوشت خودرو و میلیونها نفر را عوض کرد. در اوایل قرن گذشته خودرو مانند اسباب بازی افراد ثروتمند بود. در واقع آنقدر گران بود که تنها افراد پولدار قادر به خرید آن بودند. فکر بنیادی فورد موجب شد تا خودرو در دسترس همه قرار بگیرد.

با کاهش هزینهٔ تولید و تغییر خط تولید انحصاری به تولید انبوه خودروهای یکسان و ارزان، فورد بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در جهان شد. نه تنها خودروهایش ارزان بودند، بلکه او بیشترین حقوق این صنعت را پرداخت می‌کرد. حتی به کارمندانش قسمتی از سود شرکت را

پرداخت کرد و سالانه ۳۰ میلیون دلار را دوباره بین آنها پخش می‌کرد. ۳۰ میلیون دلار در اوایل قرن بیستم ارزش خیلی زیادی در مقایسه با حال داشت.

هدف فورد "مردمی کردن خودرو" بود و در این راه موفق و بسیار ثروتمند شد.

بازاریابی شبکه‌ای انقلابی در تجارت است که برای اولین بار در تاریخ برای همه و همه امکان مشارکت در ثروت وجود دارد. ثروتی که تاکنون تنها برای عده‌ای معدود و خوش‌شانس بوده است.

این تجارت منتقدین خود را دارد. عده‌ای حقه باز و شیاد که قصد درآمد بدون زحمت و سریع را دارند، در این تجارت مانند هر تجارت دیگر وجود دارد. از نظر ماهیت و طراحی، بازاریابی شبکه‌ای یک نظام کاملا عادلانه، مردمی و از نظر اجتماعی نظامی مسئولانه برای تولید ثروت است.

برخلاف آنچه منتقدین می‌گویند، بازاریابی شبکه‌ای برای افراد طمع‌کار مناسب نیست. در واقع تنها راهی که در بازاریابی شبکه‌ای می‌توانید ثروتمند شوید، کمک به دیگران است تا آنها هم ثروتمند شوند. به نظر من به اندازه توماس ادیسون و هنری فورد طرحی انقلابی است. طوری طراحی شده که برای افرادی که کمک به دیگران را دوست دارند، عالی است.

افزون‌خواهی را محکوم نمی‌کنم. طمع و علاقه به منافع شخصی در حد کم همیشه خوب هستند. اما وقتی که سود شخصی از حد خارج می‌شود و افراد به قیمت از بین بردن دیگران آن را دنبال می‌کنند،

نفرت انگیز می‌شود. به نظر من اکثر مردم ذاتاً سخاوتمند هستند و ما وقتی که دیگران را بالا می‌بریم بیشترین احساس رضایت و تکامل به ما دست می دهد.

بازاریابی شبکه‌ای این احساس سخاوت را ارضاع می‌کند. راهی برای موفقیت شخصی، تولید سرمایه عالی و ایجاد آزادی اقتصادی از طریق روندی است که تنها با کمک به همنوعان با موفقیت اجرا می‌شود.

با خسیس بودن و طمع **می‌توانید** ثروتمند شوید. با سخاوت و بخشش هم می‌توانید ثروتمند شوید. روشی که انتخاب می‌کنید راهی است که با ارزشهای عمیق درون شما سازگار است.

بنیان اقتصادی برای صلح

مأموریتهایی که با چرخ بال در جنگلهای ویتنام داشتم به من تجربه دسته اول جنگ را یاد داد. می‌دانم که بی عدالتی یکی از ویژگیهای اصلی ایجاد جنگ است. تا زمانی که شکاف بین پولدار و فقیر زیاد است، ایجاد صلح مشکل است. برای صلح تظاهرات می‌کنیم، سخنرانی می‌کنیم، کمیته‌هایی برای مطالعه صلح تشکیل می‌دهیم و صلح را گسترش می‌دهیم اما بدون فرصتهای اقتصادی بیشتر برای میلیونها نفر ایجاد صلح غیرممکن است.

با این که گسترش صلح هدفی بزرگ به نظر می‌رسد، اما بازاریابی شبکه‌ای دقیقاً همین کار را انجام می‌دهد.

امروز بسیاری از شرکتهای بازاریابی شبکه‌ای در سراسر جهان از طریق فرصتهای اقتصادی صلح راگسترش می‌دهند. نه تنها شرکتهای

بازاریابی شبکه‌ای در تمامی پایتختهای جهان رشد کرده‌اند، بلکه بسیاری در کشورهای در حال توسعه هستند که برای میلیونها نفر در کشورهای فقیر ایجاد امید اقتصادی کرده‌اند. بیشتر شرکتهای تجاری سنتی در محلهایی که مردم پولدارند و پول کافی برای خرج کردن دارند، موفق می‌شوند.

زمان آن رسیده که تمامی مردم جهان فرصت مساوی برای زندگی با ثروت و پربار داشته باشند نه این که زندگی شان را صرف کار سخت کنند که تنها ثروتمندها را ثروتمندتر می‌کند.

زمان آن رسیده که شما این فرصت را داشته باشید.

به تجارت قرن بیست و یکم خوش آمدید.



ROBERT T.KIYOSAKI

مشکل، اقتصاد جهان نیست. مشکل، تلاش و طرز فکر خود شما است.

آیا از فساد در دنیای شرکتها خشمگین هستید؟ آیا از دست وال استریت و بانکهای بزرگ خشمگین هستید؟ آیا از این‌که برای بهبود اوضاع اقتصادی گامی برداشته نشده، عصبانی هستید؟ یا این‌که از دست خود عصبانی هستید که چرا اختیار امور مالی خودتان را زودتر از این به دست نگرفته‌اید؟ زندگی سخت است. آیا روشی برای مقابله با آن در نظر گرفته‌اید؟ ناله کردن و سرزنش کردن دیگران آینده مالی شما را تأمین نمی‌کند. باید از همین امروز اختیار آینده مالی‌تان را با کنترل منابع درآمدتان در دست بگیرید. شما باید صاحب تجارت خودتان باشید.

رابرت کیوساکی سرمایه‌گذاری میلیونر، صاحب تجارت خودش، استاد، سخنران و صاحب پرفروش‌ترین سری کتابهای پدرپولدار و پدر فقیر است. او در سن ۴۷ سالگی بازنشسته شده و یکی از مؤسسین شرکت فن‌آوری کشفلو است. او شرکت پدر پولدار را تأسیس کرده که امروزه به میلیونها نفر در سراسر جهان توصیه‌های تجاری می‌دهد. کیوساکی تاکنون ۱۶ کتاب نوشته که ۲۷ میلیون نسخه از آنها فروخته شده است.

جان فلمینگ یک کارآفرین، مشاور و سخنران موفق است که در حال حاضر ناشر دیرکت سلینگ نیوز بزرگترین نشریه شرکت فروش مستقیم اجناس‌است. او نویسنده کتاب تنها راه است که با استفاده از اصول ساختمان‌سازی، به مردم نحوه ساختن یک زندگی موفق را یاد می‌دهد.

کیم کیوساکی در آموزش زنان برای سرمایه‌گذاری در ملک و املاک و زندگی بهتر تلاش بسیار کرده و کتاب زن ثروتمند: کتابی برای سرمایه‌گذاری زنان حاصل تلاش اوست.

ISBN-978-600-118-048-4